

Heidi Piipponen

Liiketoimintasuunnitelma parturi-kampaamo yritykselle

Opinnäytetyö

Kajaanin ammattikorkeakoulu

Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala

Liiketalouden kolautusohjelma

Syksy 2012



Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma
Tekijä(t) Heidi Piipponen	
Työn nimi Liiketoimintasuunnitelma parturi-kampaamo yritykselle	
Vaihtoehtoiset ammattiopinnot	Ohjaaja(t) Maritta Seppälä Toimeksiantaja Heini Piipponen
Aika Syksy 2012	Sivumäärä ja liitteet 31 + 17
<p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli luoda käyttökelpoinen ja toimiva liiketoimintasuunnitelma parturi-kampaamo alan yritykselle. Toimeksiantajana oli Heini Piipponen, jolla on aiempaa kokemusta oman yrityksen pyörittämisestä. Työ pohjautuu toimeksiantajan liikeideaan, joka tarjoaa parturi-kampaamo palveluita ja tuotteita ihmisille Joensuun keskustassa. Opinnäytetyössä keskityttiin erityisesti luomaan kattava liiketoimintasuunnitelma teoriataustan pohjalta.</p> <p>Opinnäytetyö sisältää teoriaosuuden ja empiria osuuden. Tutkimusongelmana oli löytää ratkaisu hyvän liiketoimintasuunnitelman laatimiseen, ja selvittää sitä, mitä sen pitäisi pitää sisällään.</p> <p>Ensimmäinen osa koostuu teoriaosuudesta, ja se sisältää perustiedot yritystoiminnan suunnittelun eri näkökulmista. Opinnäytetyössä käsitellään asioita, mitä aloittavan yrityksen tulisi ottaa huomioon yritystä perustettaessa ja mitä liiketoimintasuunnitelma pitää sisällään. Teoriaosuutta tukee lähdemateriaali, joka koostuu internet-lähteistä sekä osittain alan kirjallisuudesta. Empiria osuus sisältää itse liiketoimintasuunnitelman, joka perustuu teoriataustaan.</p>	
Kieli	suomi
Asiasanat	Liiketoimintasuunnitelma, parturi-kampaamo, liikeidea
Säilytyspaikka	<input checked="" type="checkbox"/> Verkkokirjasto Theseus <input type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto

School Business	Degree Programme Business administration
Author(s) Heidi Piipponen	
Title Business Plan for a hairdresser company	
Optional Professional Studies	Instructor(s) Maritta Seppälä
	Commissioned by Heini Piipponen
Date Syksy 2012	Total Number of Pages and Appendices 31 + 17
<p>The main purpose of this thesis was to create a useful and functional business plan for a hairdresser company. The thesis was commissioned by Heini Piipponen who already has some experience of running a business of her own. The thesis is based on the business idea of the principal and the idea is to offer hairdressing services and products for all people in the center of Joensuu. The main focus was to build a comprehensive business plan using the theoretical part as a background.</p> <p>The thesis consists of a theoretical part and an empirical part. As a research problem was to examine how a good business plan should be created and what it should consist of.</p> <p>The first part of the thesis deals with the theoretical part and it includes all the basic information about business planning from different perspectives. The work deals with issues as what should be taken into account before planning to create a good business plan and what it should consist of. The theory is supported by the source materials. The material was collected from the Internet but also relevant literature has been used as a source. The empirical part, which consists of the actual business plan, is based on the theory of the thesis.</p>	
The main purpose of this thesis was to create a business plan for a hairdresser company in Finnish	
Keywords	Business Plan, business idea
Deposited at	<input checked="" type="checkbox"/> Electronic library Theseus <input type="checkbox"/> Library of Kajaani University of Applied Sciences

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	2
1.1 Parturi-kampaamo ala ja sen haasteet	3
2 IDEASTA TOIMIVAKSI YRITYKSEKSI	5
3 ARVOT, VISIO JA STRATEGIA	8
3.1 Visio ja strategia	8
4 YRITYSMUOTONA TOIMINIMI	10
4.1 Yritysmuodon valintaan vaikuttavat tekijät	10
4.2 Toiminimi	11
5 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA JA SEN SISÄLTÖ	13
5.1 Mikä on liiketoimintasuunnitelma?	13
5.2 Kuinka liiketoimintasuunnitelma hyödyttää yritystä?	14
5.3 SWOT - analyysi	15
5.4 Yrityksen kuvailu sekä yrittäjän vahvuudet ja osaaminen	16
5.5 Toiminta-ajatus ja liikeidea	18
5.6 Markkinat ja kilpailu	19
5.7 Rahoitus ja talouden suunnittelu	21
6 MAHDOLLISET ONGELMAT	24
6.1 Karikot	24
6.2 Optimistisuus ja pessimistisyys	25
7 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA PARTURI – KAMPAAMO HEININ SALONKI	26
7.1 Tausta, tarve, tavoitteet ja hyöty	26
8 POHDINTA	27
LÄHTEET	28
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Uuden yrityksen menestymisen avain on luonnollisesti hyvä liikeidea ja sopiva markkinarako. Menestymisen mahdollistamiseksi onkin tärkeää, että lähtökohdat ovat kohdillaan. Hyvän pohjan yrityksen perustamiseen antaa oikein ja tarkkaan laadittu liiketoimintasuunnitelma. Tämä opinnäytetyö koostuukin teoriaosuudesta ja liiketoimintasuunnitelmasta, joka rakentuu teoriataustan pohjalta.

Liiketoimintasuunnitelma on kirjalliseen muotoon laadittu tiivis kokonaisuus liiketoiminnasta. Liiketoimintasuunnitelmasta käyvät esille yrityksen menestystekijät, rahoitus, tulolähteet, visio ja strategia sekä yrityksen yhtenäinen valintoja ja tekoja ohjaava näkemys. (Pitkämäki 2000, 9.)

Yrittäjyyteen ajautumiseen on varmasti olemassa monia eri tekijöitä kuten mm. yrittäjän oma vapaus, työpaikkojen puute tai kenties vain intohimo omaa ammattiaan tai harrastustaan kohtaan. Uudet ammattiin valmistuneet ovatkin usein paineen alla työpaikan saamisen takia; toimeksiantajalla ei kuitenkaan ollut tätä ongelmaa. Hän valmistui vuonna 2011 hiusalan ammattilaiseksi, ja pääsi suoraan pitkänlinjan ammattilaisen omistamaan vakavaraiseen yritykseen töihin. Työharjoittelu avasi hänelle mahdollisuuden toimia tuolipaikalla eräässä lieksalaisessa parturi-kampaamossa.

Toimeksiantajalla on jo ennestään hyvä pohja yrittäjänä toimimiseen, mutta koska hän siirtyi yrittäjäksi jo valmiiseen sekä hyvin toimivaan yritykseen, ei hänellä siinä vaiheessa ollut luonnollisesti mitään syytä liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Tilanne on nyt kuitenkin toinen, sillä kun hän tulevaisuudessa perustaa oman parturi-kampaamon, on sille laadittava kattava ja hyvä liiketoimintasuunnitelma.

Opinnäytetyöni käsittelee liiketoimintasuunnitelman laatimista parturikampaamoyritykselle. Teoriataustassa kiinnitän erityisesti huomiota pk-yrityksen luomisprosessiin. Liikkeelle lähdetään aivan alkutekijöistä: yritysidean valinnasta, liikeidean suunnittelusta, siitä mitä on otettava huomioon ennen varsinaisen liiketoimintasuunnitelman laatimista, mitkä tekijät voivat vaikuttaa sen epäonnistumiseen sekä ylipäättään mitä liiketoimintasuunnitelma pitää kokonaisuudessaan sisällään.

Opinnäytetyöni keskeinen tavoite on luoda mahdollisimman yksityiskohtainen, tarkka ja käyttökelpoinen liiketoimintasuunnitelma, sekä perehtyä yrityksen perustamisvaiheen rahoitukseen. Päätaavoite on luonnollisesti se, että liiketoimintasuunnitelma on hyödyksi toimeksiantajalle sitten kun se on ajankohtaista. Lisäksi tavoitteenani on tuoda esille, mikä liiketoimintasuunnitelma on, miksi se kannattaa laatia, mitä hyötyä siitä todellisuudessa on ja mitä kaikkea onnistunut liiketoimintasuunnitelma pitää sisällään.

Lähtökohdat opinnäytetyön rakentamiselle ja samalla liiketoimintasuunnitelman tekemiselle ovat erinomaiset. Toimeksiantajalla itsellään on hyvät tiedot ja taidot yrittämisestä, sekä hänellä on jo valmiiksi toiminimi tuolipaikkayrittämisen ajoilta. Opinnäytetyössä tuon esille perusasiat yritysmuodosta, mutta erityisesti kiinnitän huomiota toiminimeen, sillä toimeksiantajalla on jo yritysmuoto valmiiksi olemassa, joten sitä ei ole syytä lähteä muuttamaan. Teoriataustan pohjalta on mahdollista luoda kattava ja käyttökelpoinen liiketoimintasuunnitelma.

Tutkimusongelmana on löytää sopiva ratkaisu yrityksen perustamiseen. Taustatyönä on tarkoitus tutkia, kuinka yritys perustetaan, mitä sen aloittamiseen vaaditaan ja mm. kuinka yrityksen rahoitus saadaan hoidettua. Näiden tutkittujen tietojen pohjalta voin saada vastaukset, siihen kuinka liiketoimintasuunnitelma laaditaan.

1.1 Parturi-kampaamo ala ja sen haasteet

Parturi-kampaamo ala on monipuolinen palveluammatti. Ammattiin kuuluu monenlaisia tehtäviä, jotka eroavat toisistaan suuresti. Hiusalan yrittäjä toimii asiakaspalveluammattissa, näin ollen asiakkaiden tyytyväisyys on toiminnan kannalta oleellisin asia, joka pitää toiminnan pystyssä. Yksittäisen liikkeen toimenkuvaan kuuluu yleensä niin palvelun tuottaminen kuin myynti, tosin liikeidea vaikuttaa suuresti kunkin yrityksen toimintaan. (Näränen, n.d.)

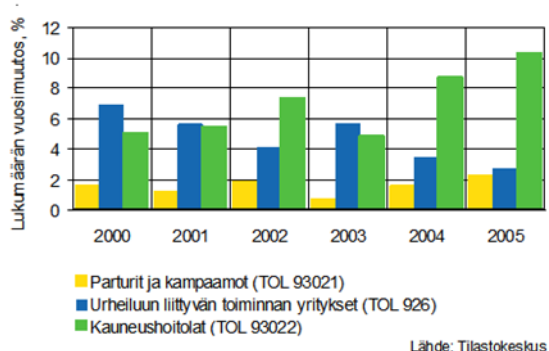
Hiusalalla yrittäjänä toimiminen vaatii tietynlaisia ominaisuuksia. Yrittäjän on oltava valmis ottamaan erilaisia henkilöitä asiakkaaksi, sillä asiakkaat tuovat yritykseen rahaa. Hyvät sosiaaliset taidot ja joustavuus ovat tässä asiakaspalveluammattissa hyvin oleellisia taitoja. Tärkeää on myös ”jalat maassa” asenne työntekoon sekä asiakkaiden palveluun, mikä uuden yrittäjän on syytä muistaa. (Näränen, n.d.)

Parturi-kampaajan yleisin ja helpoin tapa ryhtyä yrittäjäksi on toimia tuolivuokralla tai sopimusyrittäjänä. Sopimusyrittäjän ja tuolivuokralaisen ero on yksinkertainen: sopimusyrittäjä maksaa yrityksen omistajalle kuukaudessa kokonaisbruttotuloista tietyn prosenttiosuuden, tuolivuokralainen puolestaan maksaa tietyn kiinteän summan kuukaudessa työpisteestään. (Näränen, n.d.)

Tuolivuokralaisella ja sopimusyrittäjällä ei tarvitse olla suurta alkupääomaa aloittaakseen yrittäjänä, mutta siihen sisältyy myös riskejä ja haasteita. Esim. suurissa parturi-kampaamoissa on se riski, että asiakkaita ei riitä kaikille. Haasteena onkin saada oma asiakaskunta, jolloin ei tarvitse jatkuvasti kilpailla muiden tuoliyrittäjien kanssa. (Piipponen 2012.)

Yksi vaihtoehto on myös perustaa oma parturi-kampaamo, jossa ei ainakaan synny sisäistä kilpailua. Haasteena on tietenkin, kuten kaikilla aloittavilla yrityksillä, bankkia pysyvä asiakaskunta. Suurin haaste parturi-kampaaja yrittäjälle on ehdottomasti suuri kilpailu. Erityisesti pienissä kaupungeissa saattaa olla useitakin parturi-kampaamoyrityksiä, joten on tärkeää panostaa palvelun laatuun ja saada näin uskollinen asiakaskunta. (Piipponen 2012.)

Kauneushoitoalan yritykset ovat kasvaneet kiihtyvällä vauhdilla 2000 – luvulla. Parturi-kampaamoita on ollut 2000 – luvun alussa lähes seitsenkertainen määrä muihin kauneushoitoaloihin verrattuna, ja ne ovat lähinnä pieniä vain yhden henkilön työllistäviä yrityksiä.



Kuvio 1. Kauneushoitoloita perustetaan kiihtyvällä tahdilla. 2006. (Niskanen & Virtanen 2006.)

2 IDEASTA TOIMIVAKSI YRITYKSEKSI

Yrityksiä perustetaan jatkuvasti. Syyt perustamisen taustalla voivat olla hyvinkin erilaisia, mutta on kuitenkin yksi asia, joka yhdistää jokaista oman yrityksen perustanutta henkilöä, ja se on halu toimia yrittäjänä. Yrittäjäksi ei pidä missään nimessä rynnätä hetken mielihohteesta, vaan asiaa on mietittävä ja harkittava tarkkaan. Ennen kun mitään päätöksiä perustamisen suhteen voi tehdä, on syytä arvioida itsensä moneen kertaan. Yrittäjän on oltava valmis ottamaan riskejä ja sitouduttava työn tekoon sata prosenttisesti. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012.)

Kun päätös yrittämisestä on syntynyt, on syytä laatia yrityksen **toiminta-ajatus**, joka kokonaisuudessaan selventää tarkoituksen sille, miksi yritys on ylipäättään olemassa, mitkä ovat päätuotteet ja – palvelut, ketkä ovat kohderyhmä ja mitä tarpeita se tyydyttää. (Taloussanommat Oy n.d.)

Ihmisen vahva halu yrittäjäksi ryhtymiseen ei aina riitä; jos ei ole **toimivaa liikeideaa**, ei ole mitään. Liikeidean laadinta on lähtökohta yrityksen perustamiselle, ja se perustuu niihin tavoitteisiin, mitä toiminta-ajatuksessa on kerrottu. Liikeidea on eräänlainen suunnitelma siitä, kuinka toiminta-ajatus voidaan toteuttaa. Koko yrityksen perustamisprosessi lähtee liikkeelle liikeideasta, jonka avulla voidaan suunnitella hyvä liiketoimintasuunnitelma. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012.)

Liikeidean on oltava toteuttamiskelpoinen, jotta sen pohjalta voi lähteä rakentamaan toimivaa liiketoimintaa. Yritystä ei voi lähetä pyörimään, jos yrittäjällä tai yrittäjillä ei ole minkäänlaista osaamista tai pääomaa, jota tarvitaan käyttöpääoman ja alkupääoman investointeihin. Oma osaaminen ja alan tuntemus saattaa olla hankittu työkokemuksen, koulutuksen tai harrastuksen kautta. Pääasia on kuitenkin, että aloittava yrittäjä tietää ja tiedostaa mitä tekee. (Suomen uusyrityskeskukset ry 2012.)

Liikeidean rakenne koostuu kolmesta eri osasta. Näitä ovat Tuotteet ja palvelut, kohderyhmän esittely eli mahdollisten asiakkaiden löytäminen sekä tapa, jolla yritys toimii. Näistä osista muodostuu hyvä liikeidea, kunhan ne osataan liittää saumattomasti yhteen. (Sutinen & Ahtikainen 1998, 69.)

Tuote voi olla fyysinen tuote, myytävä palvelu, järjestelmä tai jokin näiden yhdistelmä. Esimerkiksi parturi – kampaamot voivat palveluiden lisäksi myydä hiustuotteita asiakkailleen. Tuotteita ja palveluita miettiessä on syytä miettiä myös asiakkaiden tarpeita, sekä tuotteen ideaa, vahvuuksia, kilpailuetua muihin tuotteisiin nähden ja mitä tuotteeseen voisi kehittää lisää kilpailun erottamiseksi. Kilpailuetu on aina hyväksi. (Sutinen ym. 1998, 69.)

Palvelua tai tuotetta ei voi lähteä myymään, jos ei tiedetä kenelle sitä pitää myydä. Kohderyhmä on hyvä pitää mielessä koko suunnitelmavaiheen ajan, sekä lisäksi yrityksen on oltava uskollinen omalle kohderyhmälleen. Kun kohderyhmä on valittu, sitä on pyrittävä puhuttelemaan kaikenlaisella toiminnalla, senkin uhalla, että joku toinen mahdollinen asiakas ei välttämättä pidä yrityksen tarjoamaa tuotetta tai palvelua omanaan. Joskus ongelmana voi olla, että yritys toimii hyvin, mutta ei tavoita tavoittelemiaan asiakkaita. (Sutinen ym. 1998, 70 - 71.)

Yrityksen toiminnan kannalta liikeideaan on järkevää sisällyttää myös yrityksen voimavarat ja toimintatavat. Tapa, jolla yritys toimii voi vaihdella suuresti, siksi toimintatavat pitääkin yksilöidä jo heti alkuvaiheessa. Kannattaa lähteä miettimään toteutetaanko tuotteet itse vai käytetäänkö alihankkijoita, sekä miten myynti ja markkinointi hoidetaan. Voimavarat puolestaan kattavat kaiken yrityksen tiloista koneisiin ja laitteisiin, sijoitettuun pääomaan sekä yrittäjän ja työntekijöiden osaamiseen. (Suomen uusyrityskeskukset ry 2012.)

Jokaisella yrityksellä on oma toimialansa, jolla se toimii. Esimerkkejä toimialoista ovat mm. rakentaminen, siivous- ja kunnossapito sekä rahoituspalvelut. Toimijoiden määrästä riippuu myös kilpailun määrä. Mitä enemmän markkinoilla on saman toimialan yrityksiä, sitä enemmän on myös luonnollisesti kilpailua. (Suomen uusyrityskeskukset ry 2012.) Omaa yritystä perustettaessa kannattaa siis selvittää oman alueen kilpailutilanne. Jos oman toimialan yrityksiä on jo huomattava määrä, on syytä miettiä, että onko oma liikeidea tarpeeksi erottuva muista.

Liikeidean on oltava myös innovatiivinen. **Innovatiivisuus** mielletään yleensä uusiin tuotteisiin ja palveluihin (McKinsley & Company 1999, 32). Kilpailua on sitä vähemmän, mitä enemmän tuotteeseen on kehitetty uutuutta ja uusia ominaisuuksia. Sama pätee myös palveluiden suhteen; jos palvelu on paranneltu ja uudistettu jo olemassa oleviin palveluihin verrattuna, kilpailutilanne paranee uuden palvelun kannalta edullisemmaksi. (Suomen uusyrityskeskukset ry 2012.)

Pelkän tuotteen tai palvelun uutuus on jo sinänsä innovatiivista, mutta liiketoimintamallin uutuus voi synnyttää liikeidean innovatiivisuutta. Liiketoimintamalli on yrityksen toimintatapa tuotteiden ja palveluiden kehittämiseksi, sekä oikeiden markkinointi ja jakelukanavien löytämiseksi.. (McKinsley & Company 1999, 32.)

Liikeideaan kuuluu myös **imago**, joka on yrityksen tietoinen itsestään antama kuva. Imagon avulla tuodaan esille, se asia jolla yritys erottuu muista kilpailijoista. (Suomi sanakirja 2012 a.)

3 ARVOT, VISIO JA STRATEGIA

Parturi-kampaamo alalla on luultavasti tiettyjä yleisiä arvoja, joita ei ole varsinaisesti kirjoitettu, mutta ne ovat kuitenkin jokaisen tiedossa. Alan yleisiä arvoja voisivat olla esimerkiksi laadukas ja ammattitaitoinen työnjälki, sekä ystävällinen ja hyvä asiakaspalvelu. Arvoihin saattaa vaikuttaa myös yrityksen sijainti sekä koko. Pienet yritykset sekä pienemmillä paikkakunnilla toimivat parturi-kampaamot saattavat painottaa erityisesti arvoissaan pitkäaikaisen asiakassuhteen säilyvyyttä.

Jokaisella henkilöllä on varmasti myös omat **arvonsa**, jotka ohjaavat omaa elämää. Kuten yksityiselämässä, myös liike-elämässä jokaisella yrityksellä on omat arvonsa eli periaatteet, joiden pohjalta yritys toimii. Arvojen avulla tehdään tietynlaisia valintoja ja toimintoja. Arvot voivat olla ylös kirjattuja tai sitten ne ovat kaikkien yleisessä tiedostuksessa. Kun arvot on sisäistetty koko yrityksessä, on toiminta helpompaa, sillä kaikki päätökset ja valinnat pystytään tekemään helposti yhteisten tavoitteiden mukaisesti. Arvoja voivat olla esim. asiakaslähettäisyys, luontoystävällisyys ja yhteistyö. (Kookas 2012.)

3.1 Visio ja strategia

Yrityksen visio olisi syytä määritellä jo toiminnan alkuvaiheessa. Yrityksen ensimmäiset toimintavuodet ovat kaikista kriittisimpiä ja epävarmuus on yrityksen arkea. Tulevaisuuden ennustaminen on hankalaa, eikä liiketoiminnan kehitystäkään oikein voi ennustaa kovin pitkälle eteenpäin. Perustamisvaiheessa pitkän tähtäimen selkeä vision ja strategian määrittäminen voi olla erittäin hankalaa. (Invesdor Oy 2009.)

Yrityksen visioin ja strategian määrittäminen on äärimmäisen tärkeää yrityksen tulevaisuuden kannalta, vaikka aloittelevalle yritykselle se onkin hankalaa. Visio määritellään tietynlaiseksi tavoitetilaksi, jota kohti yritystä on tarkoitus tulevaisuudessa viedä. Visio voi olla erittäin moniulotteinen. Yleisesti siihen on kuitenkin sisällytetty kuvaus mahdollisista markkinoista, joilla yritys toimii, mitä tuotteita ja palveluita käytetään tulevaisuudessa toiminnassa ja kilpailussa. Visioon on myös yleensä liitetty yrityksen kasvutavoitteet ja kannattavuustavoitteet. (Invesdor Oy 2009.)

Vision tärkeys on erilainen kullekin yritykselle. Kun kyseessä on pieni yritys, vision luominen voi olla helpompaa; se on eräänlainen ajatusväylä yhteisten näkemysten saavuttamiseksi. Liiketoimintasuunnitelman laatimista ajatellen riittää, että on laadittuna jokin suuntaa antava visio. Esim. parturikampaamoyritystä ajatellen visio voisi olla esim. toiminnan vakiinnuttaminen ja asiakaskunnan lisääminen. On kuitenkin syytä muistaa, että hyvin onnistunut visio voi olla yrityksen tärkein pääoma, mutta epäonnistunut visio voi johtaa jopa yrityksen kilpailukyvyyn menetykseen. (Pitkämäki 2000, 87.)

Strategian voidaan katsoa olevan yksinkertaisesti kuvattu kehityspolku, jonka kautta visioon on mahdollista päästä. Strategia voi sisältää esimerkiksi tarkemmalla tasolla yrityksen numeeriset tavoitteet, kriittiset menestystekijät, tavoiteltavat osaamiset ja kompetenssit, keskeiset toiminnan mittarit sekä linjaukset strategisista toimenpiteistä tuleville vuosille. (Invesdor Oy 2009.)

Pienyritysten kannalta katsottuna strategialla ei voi hallita arkista toimintaa, eikä sen pidä olla tavoitteenakaan. Näitä ajatuksia eteenpäin viedessä on myös syytä muistaa, että liiketoimintasuunnitelma ei strategian tavoin ole pelkästään kirjoitettu suunnitelma, vaan asioita on syytä pohtia jatkuvasti. (Pitkämäki 2000, 89.)

Pelkkä vision ja strategian laadinta ei yksistään riitä, vaan yrityksen tulisi jo ennen näiden laadintaa käydä tarkasti läpi kohdemarkkinat, asiakkaiden tarpeiden kehitys, ennakoida kilpailijoiden liikkeet sekä mahdollinen tekniikan kehitys. Kaikki tämä vaiva auttaa yritystä määrittämään tulevaisuudessa tarvittavat resurssit, investoinnit ja markkinointiponnistelut. Hyvin määritelty visio ei ainoastaan ole tulevaisuutta varten, se auttaa myös päivittäisten valintojen teossa. Tarkkojen päämäärien avulla valinnat tulevaisuutta kohden on helppo toteuttaa. (Invesdor Oy 2009.)

4 YRITYSMUOTONA TOIMINIMI

4.1 Yritysmuodon valintaan vaikuttavat tekijät

Yrityksen perustusvaiheessa yksi tärkeä osa-alue on löytää omaan yritykseen tarkoituksenmukaisin ja sopivin yritysmuoto. Yritysmuodon valintaa on syytä miettiä hyvin tarkkaan. Valintaan vaikuttavat monet tekijät, kuten perustajien lukumäärä, yrityksen päätöksenteko, vastuun jakaantuminen sekä verotukseen liittyvät asiat. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012.)

Huolellinen valinta on tärkeää myös yrityksen tulevaisuuden kannalta. Yritysmuodon valintaan vaikuttavia tekijöitä ovat:

- Perustajien lukumäärä
- suunniteltu yrityskoko ja toiminnan laajuus
- tarvittavan pääoman määrä ja saatavuus
- liiketoiminnan riski
- joustavuus ja päätöksenteko
- taloudellisen vastuun jakaantuminen
- yrityksen jatkuvuus
- toiminnan laajentuminen
- kaavailtu voitonjako ja tappion kattaminen
- verotustekijät
- yrityksen imago, vaikuttavuus ja luotettavuus. (Meretniemi & Ylönen 2009, 40.)

Yritysmuoto kertoo yritystoiminnan laajuudesta ja sillä voi olla kauaskantoinen vaikutus yrityksen tulevaisuuteen. Aluksi onkin syytä valita perustetaanko henkilöyritys vai pääomayritys.

Myös yritykseen osallistuvien henkilökohtainen elämäntilanne on syytä miettiä ennen yrittäjäksi ryhtymistä. (Meretniemi ym. 2009, 40.)

Perustajien lukumäärä vaikuttaa suuresti yhtiömuodon valintaan. Mikäli perustajia on vain yksi, on järkevää toimia yksityisenä elinkeinonharjoittajana. Sen sijaan henkilöyhtiöt, kommandiittiyhtiö ja avoin yhtiö vaativat vähintään kaksi perustajaa. Suuremman joukon sisällään pitävä perustajamäärä voi vaihtoehtoisesti valita osakeyhtiön tai osuuskunnan. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012.)

Pääoman tarpeella ja vastuulla on myös omat osuutensa yhtiömuodon valintaan. Mikäli yritys tarvitsee paljon vierasta pääomaa ja sijoittajia, järkevin vaihtoehto on osakeyhtiö. Vastakohdiana voidaan katsoa olevan yksityisenä elinkeinonharjoittajana toimiminen. Se on mielekästä ainoastaan, jos pääoman tarvetta ei ole ollenkaan tai se on hyvin vähäinen. Henkilöyhtiö tulee oleelliseksi silloin, jos yrittäjiä on muutama tai yrittäjän lisäksi taustalla on yksi tai useampi äänetön yhtiömies. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012.)

Yhtiömuodon valinnan päätöstä miettiessä pitää myös kiinnittää huomio omaan kykyyn kantaa vastuuta. Suurin vastuu on luonnollisesti yksityisellä elinkeinonharjoittajalla, sillä hän yksin vastaa yrityksen velvoitteista. Henkilöyhtiöissä vastuunkanto riippuu yhtiömiesten määrästä ja, että onko mukana äänettömiä yhtiömiehiä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012.)

Yksityinen toiminimi on itsenäinen yksikkö, vaikka se yleensä samaistetaan yrittäjään. Avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö tulevat kyseeseen silloin, jos yritys tarvitsee laajennusta, sillä siinä tapauksessa tarvitaan myös lisää taloudellisia ja henkisiä resursseja. Avoin- ja Kommandiittiyhtiö ovat hyvä tapa laajentaa toiminimi – yritystä suuremmaksi. (Kinkki & Isokangas 1999, 135 – 137.)

4.2 Toiminimi

Toiminimilain 1 §:n mukaan toiminimellä tarkoitetaan nimeä, jota elinkeinonharjoittaja käyttää työssään. Rekisteröinnin tai vakiinnuttamisen jälkeen toiminimeen on yksinoikeus, eli kukaan muu ei saa käyttää nimeä omaan toimintaansa. Myös sukunimen käyttö on sallittua, jos se ei aiheuta sekaannusta toiseen suojattuun toiminimeen. (Oikeusministeriö 2012 a.)

Toiminimen perustamistoimenpiteet eivät vaadi minkäänlaisia muodollisuuksia, se onkin kaikista yksinkertaisin yritysmuoto perustaa (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012). Yritystoiminnan aloittaminen ja lopettaminen on nopea toimenpide, ja tulee kaikista halvimmaksi. Juridisesta näkökulmasta katsottuna toiminimeä ei välttämättä edes luokitella yritykseksi, vaan toiminimi on yksityishenkilön toimintamuoto harjoittaa elinkeinotoimintaa. (Meretniemi ym. 2009, 42; Sutinen 1996, 94.)

Varsinainen rekisteröinti tapahtuu kaupparekisterin kautta. Toimenpide on yksinkertaisuudessaan vain ilmoitusmenettely toiminimen perustamisesta. Yleensä toiminimen ilmoitusmenettelyn yhteydessä rekisteröidään myös muutkin tiedot rekisteröitävästä elinkeinonharjoittajasta. Ilmoitus on mahdollista tehdä suoraan rekisteriviranomaiselle, patentti- ja rekisterihallitukselle tai sen voi jättää maistraattiin, työvoima- ja elinkeinokeskukseen sekä verovirastoon. (Castrén 2008, 167.)

Elinkeinonharjoittajat jaotellaan edelleen kahteen luokkaan: liikkeenharjoittajiin ja ammatinharjoittajiin. Ero näiden kahden välillä on melko selkeä; liikkeenharjoittajalla on toiminnassaan enemmän vierasta työvoimaa ja pääoman määrä on suurempi suhteessa ammatinharjoittajaan. Kuitenkin jokaisen elinkeinonharjoittajan, jolla on kiinteä myynti- tai ostopaikka tai muu vastaava toimipaikka, katsotaan olevan liikkeenharjoittaja, vaikka työvoimaa ei olisi ollenkaan. Parturi-kampaamo yrittäjä on siis liikkeenharjoittaja, mikäli hänellä on liiketila, jossa hän toimii. Sen sijaan kotona työtään tekevät ovat ammatinharjoittajia. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012.)

Toiminimiyrittäjä on yksin vastuussa yrityksensä päätöksenteosta, ja hän tekee kaikki sitoumuksensa sekä sopimukset omalla nimellään tai mukana olevan aviopuolison tai perheenjäsenen kanssa. Tekemistään toiminnoista ja sitoumuksista toiminimen haltija vastaa koko omalla omaisuudellaan ja liikkeeseen kuuluvalla varallisuudella. Yrittäjä voi nostaa halutesaan yrityksen varoja ns. yksityisottoina. Selkeyttä luo kuitenkin omien ja yritysten varojen erillään pito. (Meretniemi ym. 2009, 43.)

Yksityisellä elinkeinonharjoittajalla on yhtäläillä kirjanpitovelvollisuus kuin muillakin yrityksillä. Kirjanpidossa kannattaa käyttää ammattilaiskirjanpitäjää. Verotus liittyy hyvin läheisesti kirjanpitoon. Elinkeinonharjoittajan verotus ei ole vaikeaa, mutta se on rankkaa. Verotus on progressiivista ja tapahtuu samalla tavalla kuin palkansaajalla palkkatuloista. (Meretniemi ym. 2009, 43; Sutinen 1996, 95.)

5 LIKETOIMINTASUUNNITELMA JA SEN SISÄLTÖ

5.1 Mikä on liiketoimintasuunnitelma?

Yritystoimintaa perustettaessa on lähdettävä liikkeelle toiminnan ja kokonaisuuden suunnittelusta. Liiketoimintasuunnitelman ohjepituus on noin 15 - 20 sivua toiminnan laajuudesta riippuen, sillä ei kuitenkaan ole mitään varsinaista määräpituutta; pääasia on, että se sisältää kaiken oleellisen. (Pitkämäki 2000, 13.) Liiketoimintasuunnitelma on yrityksen kokonaisvaltainen suunnitelma ja sen tehtävänä on analysoida, perustella ja täsmentää liikeideaa. Liiketoimintasuunnitelma ohjaa yritystoimintaa. (Meretniemi ym. 2009, 24.)

Liiketoimintasuunnitelman avulla kuvataan niitä toimintoja, joiden kautta liikeideaa lähdetään toteuttamaan. Näitä ovat yrityksen toimintaympäristö, toimintatavat ja tavoitteet. Suunnitelma on hyvin yksityiskohtainen, tarkka ja ajallisesti rajattu kokonaisuus, johon on merkitty yrityksen määrälliset tavoitteet tulevaisuutta ajatellen talousbudjettien sekä rahoitus- ja kassavirtalaskelmien muodossa. (Suomen uusyrityskeskukset ry 2012.)

Liiketoimintasuunnitelma on ohjenuora sille, mitkä ovat yrityksen voimavarat eli yrittäjän tai yrittäjien osaaminen, sekä miten ja kuinka paljon rahoitusta tarvitaan. Siinä käydään myös tarkasti läpi sen hetkinen kilpailutilanne markkinoilla, tuotteet, palvelut ja niiden ominaisuudet sekä asiakasryhmät. Ilman liiketoimintasuunnitelmaa tulevan yrityksen hahmottaminen on hyvin vaikeaa, ja kannattavuudesta ei saa mitään selkeää käsitystä. (Suomen uusyrityskeskukset ry 2012.)

Ennen liiketoimintasuunnitelman laatimista on syytä miettiä realistisesti ja rehellisesti, onko suunnitelman tekeminen järkevää, ja onko liikeidea sellainen, jolla voi pärjätä. Keskustelu ihmisten kanssa, jotka ovat jo perustaneet yrityksen voi antaa hyvän näkökulman liiketoimintasuunnitelman laadintaan. Itseltään on syytä kysyä onko tämä mitä haluan, olenko valmis ottamaan riskin, jota yrityksen perustaminen vaatii ja onko minusta ylipäättään yrittäjäksi. (Henderson & McCorrisken 1997, 76 – 77.)

Hyvä liiketoimintasuunnitelma on selkeä ja asiatyylillä kirjoitettu. Se keskittyy olennaiseen, eikä sisällä mitään ylimääräistä tietoa, joka on yrityksen kannalta merkityksetöntä. Se on looginen ja johdonmukainen, eli kukin osio tukee toistaan ja suunnitelma etenee johdonmukai-

sessä järjestyksessä. Hyvästä liiketoimintasuunnitelmasta näkee johdon tai omistajan näkemyksen tulevasta kehityksestä ja tavoitteista, sekä se on ennen kaikkea tulevaisuutta ennakkoiva, kriittinen, riskit tunnistava ja niin varautuva. (Opetushallitus 2010.)

Hyvin laadittu liiketoimintasuunnitelma auttaa myös uusia työntekijöitä sopeutumaan yrityksen ajattelu ja toimintatapoihin, sekä se osoittaa toiminnan rakentamista ja menestymistä varten tarvittavat tekijät. (Pitkämäki 2000, 9.)

5.2 Kuinka liiketoimintasuunnitelma hyödyttää yritystä?

Liiketoimintasuunnitelma antaa edellytykset siihen, mitä yrityksen perustamiseen vaaditaan. Suurin hyöty suunnitelmasta on itse yrittäjälle ja koko yritykselle. Suullinen suunnitelma ei anna läheskään yhtä uskottavaa kuvaa yrityksestä kuin kirjallinen. Sidosryhmille, kuten mahdollisille rahoittajille kirjallinen liiketoimintasuunnitelma toimii neuvottelukaluna, sekä antaa yrityksestä luotettavan kuvan. (Pitkämäki 2000, 9.)

Hyvin laadittu liiketoimintasuunnitelma auttaa yrittäjää todistamaan yrityksensä menestymisen, antaa käsityksen yrityksen kannattavuudesta, sekä auttaa koko työyhteisöä toimimaan yrityksessä laadittujen toimintaohjeiden ja tavoitteiden mukaan. Liiketoimintasuunnitelma antaa selkeän kuvan tulevaisuuden näkymistä ja yrityksen kannattavuudesta. Se on eräänlainen ohjenuora yrityksen toimimiseen. Liiketoimintasuunnitelma on myös joissakin tilanteissa välttämätön, nimittäin ilman liiketoimintasuunnitelmaa ei voi hakea starttirahaa TE – toimistosta, eikä ilman sitä saa yritystukea ELY -keskuksesta. (Suomen uusyrityskeskukset ry 2012.)

Liiketoimintasuunnitelmasta on ennen kaikkea hyötyä yrityksen toiminnassa. Liiketoimintasuunnitelma tarjoaa lähtökohdat koko yrityksen suunnittelulle, sekä se viestittää sidosryhmille yrityksen tulevan toiminnan ajatukset ja tavoitteet. Liiketoimintasuunnitelma pakottaa miettimään yrityksen tulevaisuutta, tulevaa kysyntää ja sitä kuinka siihen voi valmistautua ja varautua, asiakkaita, kilpailua sekä tavoitteita. Kun omistaja on miettinyt nämä yrityksen kannalta oleelliset tekijät, on tulevaisuudessa helpompi varautua muutoksiin ja yllättäviin tilanteisiin. (Opetushallitus 2010.)

Hyvä suunnitelma takaa sen, että omistajan on todella perehdyttävä omaan yritykseensä, mutta sen avulla on ennen kaikkea helppo hahmottaa yrityksen toiminnallista ja ajallista kokonaisuutta. Kaiken lisäksi liiketoimintasuunnitelma hyödyttää ja antaa erinomaiset lähtökohdat yrityksen markkinointia, tuotekehitystä, tuotantoa ja henkilöstöä ajatellen. Tulevaisuuden ja nykypäivän suunnitelmien ollessa ajan tasalla, on myös helppoa suunnitella ja toteuttaa tulevia markkinointiratkaisuja, tuotekehitystä sekä johtaa henkilöstöä oikeita tavoitteita kohti. (Opetushallitus 2012.)

Kaikki tarvittava hyöty liiketoimintasuunnitelmasta saadaan irti kun liiketoimintasuunnitelma tehdään oikeaan tarkoitukseen. Liiketoimintasuunnitelma tehdään yleisimmin uudelle vasta-alkavalle yritykselle, mutta on muitakin tilanteita, joissa sen laatiminen on hyödyllistä. Liiketoimintasuunnitelman laadinta on järkevää myös silloin, kun yritykselle kehitetään uusi strategia. Lisäksi liiketoiminnan kehityksen ja uudistuksen yhteydessä siitä voi olla paljon hyötyä. (Opetushallitus 2012.)

Liiketoimintasuunnitelma on monipuolinen työkalu yritykselle. Pelkästään kirjallisen suunnitelman tekeminen ei ole ydinasia - varsinkaan pk-yrityksissä. Kirjallinen suunnitelma on dokumentti ja muistio, josta käy ilmi yrityksen näkemys. Asioiden pohdiskelu voi luoda jopa suurempaa kehitystä kuin pelkkä kirjallinen suunnitelma. Yhteisten avoimien keskustelujen kautta voidaan kehittää liiketoiminnan osa-alueita. (Pitkämäki 2000, 12.)

Yrityksen toimintaympäristön määrittäminen on äärimmäisen tärkeää, sillä sitä luonnehtimalla yritys saa viitteitä toimintansa rakentamiseen. Liiketoimintasuunnitelma antaa hyvät perustiedot toimintaympäristöstä, ja näin ollen yritys saa siitä myös apua asiakkaiden ostokäyttäytymiseen sekä syihin miksi mitään ostetaan ja mistä. Kaikki tällainen tieto on hyödyllistä, sillä näiden tietojen avulla voidaan muokata tuotteita tai palveluja sekä koko liikeideaa asiakkaiden haluamaksi. (Pitkämäki 2000, 12.)

5.3 SWOT - analyysi

Omien vahvuuksien ja heikkouksien tunnistaminen auttaa rakentamaan hyvät kilpailun edellytykset. SWOT -analyysin avulla voidaan lähteä miettimään oman liikeidean vahvuuksia,

heikkouksia, sekä mahdollisuuksia ja uhkia toimintaympäristöä ajatellen. (Uusyrityskeskus 2012 a.)

Nelikentän avulla, johon heikkoudet, vahvuudet, mahdollisuudet ja uhat on eritelty, yrittäjä pystyy miettimään omia vahvuuksiaan ympäristöä eli markkinoita ajatellen. Onko toimintaympäristössä sellaisia tekijöitä, joita yrittäjä voi hyödyntää oman osaamisensa kautta, ja löytyykö yritykseltä ympäristön odottamia kykyjä. Oman osaamisen vertaaminen toimintaympäristön menestymiseen saa aikaan sen, että edellytykset muuntautuvat sisäisiksi ja ulkoisiksi vahvuuksiksi tai heikkouksiksi. Tällöin yrityksen sisäinen toiminta ja toimintaympäristön ulkoiset tekijät törmäävät yhteen. (Pitkämäki 2000, 80.)

Liiketoiminnan hallintaan ja ylipäättään menestymiseen luodaan edellytykset SWOT -analyysin vahvuudet ja uhat – kentässä, kun taas heikkoudet ja uhat estävät ne. Näin ollen ulkoisten uhkien toteutumista lisätään heikkouksilla, mutta vahvuuksillaan se hyödyntää ulkoiset mahdollisuudet. (Pitkämäki 2000, 81.)

5.4 Yrityksen kuvailu sekä yrittäjän vahvuudet ja osaaminen

Yrittäjän oma osaaminen antaa hyvän kuvan liiketoimintasuunnitelmaan. Yrittäjänä toimiminen on oman osaamisen harjoittamista. Päätekijöitä tähän ovat yleensä koulutus ja ammattitaito. Joskus yritysidea voi kuitenkin lähteä harrastuksen, perheen tai jonkin muun toiminnan yhteydestä. Henkilökohtaisia ominaisuuksia voivat olla vapaus toimia omien tavoitteiden mukaisesti, luja tahto onnistua, kokemus ja halu tehdä tulosta sekä peräänantamattomuus. (Uusyrityskeskus 2012 b.)

Liiketoimintasuunnitelmaan osaamiset ja vahvuudet on hyvä sijoittaa heti liikeidean ja SWOT -analyysin jälkeen. Liikeidea on kuitenkin periaatteessa pohja koko suunnitelmalle, joten se on myös järkevintä tuoda heti ensimmäisenä esille ennen varsinaisia vahvuuksia ja heikkouksia. (Uusyrityskeskus 2012 b.)

Omasta osaamisesta on syytä tuoda esille ainakin oma koulutus, yrittäjäkokemus ja erityiset taidot, jotka yrittäjä mahdollisesti taitaa. Ei ole kuitenkaan järkevää pelkästään luetteloida osaamisiaan, koska yrityksessä toimimisen kannalta on järkevää kertoa kuinka näitä osaamisia

ja taitoja aiotaan hyödyntää tulevan yrityksen jokapäiväisessä toiminnassa. (Uusyrityskeskus 2012 b.)

Oman itsensä kriittinen tarkastelu on myös erityisen oleellista; on osattava tiedostaa omat heikkoutensa ja huonot puolensa, jotta niitä voi lähteä kehittämään ja korjaamaan. Omaa kehittämistään ajatellessa on myös hyvä miettiä olisiko mitään ominaisuuksia, jotka olisi järkevää hankkia ennen yrityksen toiminnan aloittamista tai jopa jonkinlaista koulutusta, joka olisi hyödyllinen menestymisen kannalta. (Uusyrityskeskus 2012 b.)

Yrityksen sijainnilla on suuri merkitys ja sijaintivaatimukset voivat erota eri toimialoilla suuresti. Pienet ja keskisuuret yritykset voivat toimia erittäin hyvin keskusta-alueella pienessäkin toimitilassa, mutta suuren liiketilan vaativat yritykset on lähes pakosta sijoitettava hieman kauemmas ruuhkaisimmilta alueilta. Sijainti ja syy, miksi se on valittu, on yksi osa liiketoimintasuunnitelmaa. (Uusyrityskeskus 2012 c.)

Nimi viestittää asiakkaille mielikuvan yrityksestä, se on siis syytä miettiä tarkkaan. Toinen asia mitä on harkittava tarkasti, on yritysmuodon valinta. Ilman näitä perusasioita ei yritystä voi edes lähteä pyörittämään. (Uusyrityskeskus 2012 c.)

Aivan pienet yritykset voivat toimia pelkän omistajan työpanoksella, mutta useimmat yritykset vaativat lisätyövoimaa toimiakseen. Omaa yritystä kuvailtaessa mahdollisten työntekijöiden, yhteistyökumppaneiden ja niihin liittyvän palkanmaksun kerronta luo lähtökohdat työntekijöiden hankintaprosessiin sekä yhteistyökumppaneiden etsimiseen. (Uusyrityskeskus 2012 c.)

Yrityksen toiminta vaatii kokonaisuutta, jonka yksi osa on tuotantovälineet, työvälineet sekä markkinointi- ja myynninedistämisvälineet. Työvälineiden huolellinen hankintasuunnitelma, sekä yrityksen markkinointi ja myynninedistämiskeinot ovat yksi osa oman yrityksen toimintaa, siksi ne on myös mainittava liiketoimintasuunnitelman kohdassa, jossa käydään läpi omaa yritystä ja sen toimintaa. (Uusyrityskeskus 2012 c.)

5.5 Toiminta-ajatus ja liikeidea

Yritys pyörii ja on kannattava kun myytävät tuotteet ja palvelut käyvät kaupaksi. Mitään tuotetta tai palvelua ei voi kuitenkaan lähteä myymään ilman minkäänlaista tuntemusta toimialaa kohtaan. Parturi-kampaamo ei voi perustaa, jos ei osaa leikata hiuksia. Markkinatilanteen tunteminen on erityisen tärkeää, lisäksi tuotteen tai palvelun myyntiä ajatellen on tiedettävä oma asiakaskunta, ja mitä he haluavat ja tarvitsevat. (Uusyrityskeskus 2012 d.)

Oleellista on myös tuoda esille myydäänkö yrityksessä palveluita, tuotteita vai kenties molempia. Tulojen saanti perustuu siihen, että asiakkailla on jotain, mitä he tarvitsevat tarpeidensa tyydyttämiseksi. On lähdettävä selvittämään mitä tarvetta tuote tai palvelu ylipäänsä tyydyttää, tai onko se kenties jokin tuote tai palvelu, joka ratkaisee jonkin ongelman. (Meretniemi ym. 2009, 26.)

Yrityksen perusta on toiminta-ajatus ja sen pohjalta rakennetaan koko yrityksen toiminta. Toiminta-ajatus vastaa kysymyksiin: mikä yritys on, miksi se on olemassa, mikä on yrityksen toimiala, mitä tarpeita yritys tyydyttää, sekä mitä yritys tekee tarkoituksensa toteuttamiseksi. (Business Oulu 2012, 6.) Toiminta-ajatuksen pohjalta rakennetaan liikeidea, jossa selviää mitä yritys tekee, kenelle tehdään ja miten tehdään. Liikeideaan voi myös sisällyttää imagon, joka on liikeyrityksen tietoisesti antama kuva itsestään. Imagon synonyymejä ovat mm. maine, yrityskuva sekä henkilökuv. (Kotro 2007, 9; Suomi sanakirja 2012 b.)

Liiketoimintasuunnitelmassa pyritään myös luomaan kuva yrityksen tulevaisuudesta. Tuotteiden ja palveluiden kohdalla kannattaa myös ajatella niiden tulevaa kehitystä, ja ylipäänsä onko yrityksellä tarkoitus erikoistua johonkin tiettyyn tuotteeseen tai palveluun. (Meretniemi ym. 2009, 26.)

Myynnin onnistumisen edellytyksenä olennainen tekijä on myös oikeanlainen hinnoittelu, jonka laatimisessa ja suunnittelussa on luotava katseet markkinoilla vallitsevaan yleiseen hintatasoon. Tuotteiden nimeäminen ja ennakoiva hinnoittelu ovat jo hyvä lähtökohta yrityksen perustamista ajatellen. Myyntiä ei kuitenkaan synny jos tuotteesta tai palvelusta ei ole asiakkaille mitään hyötyä, siksi nämä seikat on mietittävä tarkkaan jo liiketoimintasuunnitelmassa. (Uusyrityskeskus 2012 d.)

Mikään tuote ei ole koskaan valmis suoraan myytäväksi, sillä kaikkea voi aina kehittää. Liiketoimintasuunnitelmassa onkin luonnollisesti järkevää tuoda esille myös tuotteen mahdolliset

heikkoudet, ja kuinka tuotteita voi kehittää vielä parempaan suuntaan. (Uusyrityskeskus 2012 d.)

Asiakas on päätekijä koko yritystä suunniteltaessa. Asiakkaisiin pitäisi saada kestävä suhde ja luottamus, jos yritys onnistuu tässä se takaa pysyvän ja uskollisen asiakaskunnan. Asiakkaiden tavoittamisen etukäteen suunnittelu ja määrän arviointi on tärkeää. Liiketoimintasuunnitelmaan on tärkeää kirjata myös ylös se, mitä ominaisuuksia tuotteissa tai palveluissa on, sekä mitkä niistä saavat asiakkaan kiinnostuksen ja arvostuksen. Sen sijaan on myös mietittävä päin vastaiset tekijät: mitä mahdollisia seikkoja asiakkaat eivät arvosta tai pidä tärkeinä tuotteessa. (Uusyrityskeskus 2012 e.)

Yrittäjän kannattaa myös pohtia, mikä ryhmä asiakkaista on kaikista tärkein. Kun tämä lähtökohta on selvillä, täytyy miettiä missä asiakkaat sijaitsevat sekä kuinka ne tavoitetaan. Näiden lähtökohtien avulla yritys voi löytää kaikista ”kannattavimmat” asiakkaat eli ihmiset, jotka ostovoimaltaan ja kulutustottumuksiltaan tuovat eniten rahaa yritykseen. (Meretniemi ym. 2009, 27.)

Kun on kyse pk-yrityksistä asiakkaiden ryhmittely jää yleensä pienemmälle painoarvolle tai kokonaan pois. Pienyritysten periaatteena monesti onkin, että jokainen henkilö on yrityksen asiakas. Asiakasryhmittely on kuitenkin erittäin tärkeää ja voi olla yksi tärkeimmistä menestymisen edellytyksistä. Yrityksen on kuitenkin osattava vastata omien asiakkaidensa odotuksiin ja vaatimuksiin, ja se ei voi onnistua, jos sillä ei ole tiedossa mitään yhteistä tekijää asiakkaiden välillä. (Pitkämäki 2000, 51.)

Omat neuvotteluvaltit ja ihmistuntemus voivat olla myynnissä ratkaisevia tekijöitä, eikä näitä kannata jättää pois liiketoimintasuunnitelmastakaan. Ostopäätösten arviointi ja oman itsensä mahdollisuudet ostopäätöksen syntyyn on hyvä pohtia ennakkoon. (Uusyrityskeskus 2012 e.)

5.6 Markkinat ja kilpailu

Yrittäminen ilman kilpailua on harvinaista, ja se on mahdollista vain tietyissä tapauksissa. Omien kilpailijoiden tuotteiden, palveluiden ja toimintatapojen tuntemus antaa aina hieman

etulyöntiasemaa. Näitä seikkoja on pohdittava heti alusta asti, ja ne on myös syytä sisällyttää liiketoimintasuunnitelmaan. (Uusyrityskeskus 2012 f.)

Kilpailutilanteen arvio auttaa yritystä tunnistamaan oman asemansa kilpailijoiden keskellä sekä toimintaympäristössä. Kilpailun merkitystä ei voi korostaa liikaa, ja hyvän kilpailutilanteen saavuttaminen on keskeistä yrityksen suunnittelussa ja strategian laatimisessa. (Pitkämäki 2000, 39.)

Kilpailua voi harjoittaa monella eri tapaa, ja oman tavan löytäminen on tärkeää. Kilpailu on sidonnainen yritykseen sekä toimialaan, ja todellinen kilpailu voi löytyä mistä tahansa yrityksen toiminnasta. Esim. pienten yritysten kohdalla, markkinointi ei ole aina se tärkein kilpailuvaltti, vaan se voi löytyä yrityksen sisäisistä ominaisuuksista. (Pitkämäki 2000, 39.)

Tapoja kilpailla on vaikka kuinka paljon, mainonta, hinta, markkinointi jne. Kilpailutapoja on useita ja ei ole olemassa mitään parasta kilpailutaktiikkaa. Liiketoimintasuunnitelmassa voidaankin lähteä alustavasti miettimään sitä, millä voi tietyissä vaiheissa vaikuttaa asiakkaisiin parhaiten. Kukin asiakas arvostaa eri asioita, ja hyvän kilpailu strategian kannalta onkin siten järkevää miettiä myös sitä, että onko oma kilpailu asiakasystävällistä. (Uusyrityskeskus 2012 f.)

Liiketoimintasuunnitelmassa kannattaa miettiä myös oman toiminta-alan sekä toimialan markkinatilanne. Lisäksi on syytä pohtia kysynnän ja tarjonnan suhdetta pitäen mielessä kysynnän ja tarjonnan laki, jonka mukaan kysynnän noustessa hinta nousee ja päinvastoin. On hyvä myös konkreettisesti nimetä pahimmat vastustajat, sekä mitkä ovat niiden vahvuudet ja heikkoudet, ja mitä myynninedistämis- ja mainosvälineitä ne käyttävät. Ei pidä myöskään unohtaa omien erottautumistekijöiden arviointia. Kilpailutilanteen ja markkinoiden tarkka pohdinta ja määrittely liiketoimintasuunnitelmassa on jo valmis pohja tulevaisuuden kilpailu ajatellen. (Uusyrityskeskus 2012 f.)

5.7 Rahoitus ja talouden suunnittelu

Kirjanpitolain 1 Luvun 1 §:ssä on säädetty, että jokainen, joka harjoittaa liike- tai ammatti-toimintaa, on tästä toiminnastaan kirjanpitovelvollinen (Oikeusministeriö 2012 b). Kirjanpitoa suunniteltaessa voi alustavasti miettiä kirjanpitoon liittyvä seikat; kuka voisi mahdollisesti hoitaa kirjanpidon ja paljonko sen hoidosta on valmis maksamaan kuukausittain. (Uusyrityskeskus 2012 g.)

Yritys tarvitsee varoja toiminnan pyörittämiseen. Rahaa tarvitaan yrityksen jokapäiväisessä toiminnassa, työntekijöiden ylläpitämisessä, yritykselle välttämättömien palveluiden hankkimiseksi sekä erilaisissa laite ja raaka-aine ostoissa. (Villa, Ossi, Saarnilehto 2007, 265.)

Yrityksen rahoitusta suunniteltaessa pitää muistaa, että yrityksen sidosryhmät arvioivat yritystä sen kannattavuuden ja maksuvalmiuden perusteella. Suunnitelmaa tehdessä ja yritystoimintaa aloitettaessa yrittäjän on syytä pitää mielessä seuraavat seikat: tulojen on oltava suuremmat kuin menojen. Kannattavuus on liiketoiminnan perusta ja turhat kulut täytyy välttää, ja talouden suunnitteluun on käytettävä tarpeeksi aikaa. (Meretniemi ym. 2009, 68.)

Yrityksen maksuvalmius eli likviditeetti kattaa kaikki yrityksessä käytettävissä olevat rahat. Yrityksen maksuvalmiuden laskeminen auttaa selvittämään riittävätkö yrityksen rahat laskujen maksuun. Rahoitusta kannattaa suunnitella etukäteen, sillä sen avulla voidaan arvioida kuinka yritys pystyy hoitamaan palkat, velkojen lyhennykset, korot ja muut menot määräpäivään mennessä. (Meretniemi ym. 2009, 70.)

Kannattavuus puolestaan tarkoittaa sitä, että yrityksellä on enemmän tuloja kuin menoja. Yrityksen ensimmäiset vuodet ovat yleensä tappiollisia suurien alkuhankintojen takia, mutta pitkän tähtäimen tavoitteena on, että yrityksen toiminta tulee olemaan jatkossa aina kannattavaa. Kannattavuutta kannattaa arvioida ikävien yllätyksien välttämiseksi, ja se onnistuu parhaiten arvioimalla yrityksen kaikki menot. Kulujen yhteissuman arviosta voidaan päätellä kuinka paljon tarvitaan myyntiä, jotta yritys pysyy pystyssä. (Meretniemi ym. 2009, 70.)

Yrityksen rahoituksen hankkimiseen on periaatteessa kaksi keinoa. Yksi vaihtoehto on hankkia rahoitusta sijoitusten kautta, eli yrittäjä itse tai muut yhtiön lähellä olevat tahot sijoittavat tietyn määrän alkupääomaa. Toinen vaihtoehto on hankkia ulkoista rahoitusta eli vierasta pääomaa esimerkiksi pankkilainan muodossa. Alkurahoituksen määrää mietittäessä, kokonaissummaan pitäisi myös laskea noin 6 – 12 kuukautta yrittäjän oman elämän rahoitukseen. (Villa ym. 2007, 265; Meretniemi ym. 2009, 76.)

Aloittavan yrittäjän on syytä laskea paljonko alku investointeihin kuten esim. koneisiin laitteisiin, kalustoon ja käyttöpääomaan tulisi hankkia alkupääomaa. Rahoituksen hankinta on huomattavasti helpompaa, kun tiedetään suunnilleen kuinka paljon sitä tarvitaan. Alkupääomaa hankittaessa vieraan pääoman määrä kannattaa pitää mahdollisimman pienenä, sillä ensimmäiset vuodet ovat kriittisimpiä. (Meretniemi ym. 2009, 76.)

Aloittavalla yrittäjällä on valittavanaan useita eri rahoitus vaihtoehtoja. Omien sijoitusten sekä pankki- ja vakuutusyhtiöiden lisäksi rahoitusta voi hankkia tietynlaisilta yritysrahoitukseen keskittyneiltä rahoitusyhtiöiltä. Finvera Oyj on valtion erityisrahoitusyhtiö, joka tukee vasta alkavia yrityksiä ja kehittää suomalaisen yrityksen toimintaa kotimaassa, sekä edistää yritysten vientiä ja kansainvälistymistä. Finvera tarjoaa pienemmille yrityksille pientakausta, pienlainaa, yrittäjälainaa sekä pelkästään naisille tarkoitettua naisyrittäjälainaa. (Meretniemi ym. 2009, 80 – 81.)

Aloittavalla yrittäjällä on myös mahdollisuus saada työvoimatoimiston tukea starttirahan muodossa. Starttirahan tavoitteena on turvata yrittäjän omaa toimeentuloa yritystoimintaa käynnistäessä ja vakiinnuttaessa. Starttirahan saantiin on kuitenkin tietynlaiset edellytykset, jotka ovat:

- hyvä liikeidea ja liiketoimintasuunnitelma
- rahoitussuunnitelma
- realistinen kannattavuuslaskelma
- henkilön soveltuminen yrittäjäksi
- yrittäjäkokemus tai – koulutus
- yritystä ei ole perustettu ennen tuen myöntämistä

- yritystoiminta ei ole käynnistynyt ilman starttirahaa
- starttirahan myöntäminen ei vääristä kilpailua alalla
- hakija ei saa samaan aikaan muuta valtionapua omiin palkkakustannuksiin. (Meretniemi ym. 2009, 83.)

Ennen kuin starttirahaa voidaan edes harkita myönnettäväksi, yrittäjän täytyy hakea sitä työvoimatoimiston lomakkeella, jonka liitteenä tulee olla liiketoimintasuunnitelma, rahoituslaskelma ja yrityksen kannattavuuslaskelma. Hakemus tulee jättää henkilökohtaisesti työvoimatoimiston starttirahaneuvojalle. (Meretniemi ym. 2009, 82 – 83.)

6 MAHDOLLISET ONGELMAT

”If you fail to plan, you plan to fail” –Roy Keanne, entinen jalkapallon pelaaja, nykyinen valmentaja. (Grant Thornton 2012.)

6.1 Karikot

Liiketoimintasuunnitelman laatiminen ei aina suju niin kuin pitäisi. Pitkämäki on kirjassaan esitellyt yleisimpiä liiketoimintasuunnitelman laatimiseen liittyviä karikoita. Yksi näistä on se, että yritys kuvittelee, että liiketoimintasuunnitelma on yrityksen ehdoton edellytys. Suunnitelma on kuitenkin tarkoitettu strategian pohtimiseen sekä luovaan suunnitteluun. Toisena karikkona on aikataulutuksen liiallinen ylittäminen suunnitelman teossa. Lisäksi karikkona voi olla myös se, että omat osaamiset ja keinot eivät kohtaa toisiaan. (Pitkämäki 2000, 18.)

Hyvän ja hyödyllisen liiketoimintasuunnitelman laatimiseen pystyy varmasti jokainen, jos siihen vaan jaksaa käyttää aikaa. Yksi asia, joka voi johtaa epäonnistumiseen, onkin nopeasti ja huolimattomasti laadittu suunnitelma. Muita syitä epäonnistumiseen voi olla liiketoimintasuunnitelman tekeminen pelkästään rahoittajia varten. Silloin keskitytään lähes kokonaan vain hyvän vaikutelman tekemiseen, ei niinkään yrityksen tulevaisuuteen ja toiminnan onnistumiseen. Yritys ei toimi pelkkiä rahoittajia varten. (Opetushallitus 2010.)

Yrityksen tulevaisuuden ennakkointi ja suunnittelu takaa toiminnan jatkumisen. Jos suunnitelma tehdään vain sen hetkistä tilannetta ajatellen, ei yritys pysty tekemään järkeviä päätöksiä, vaan päätökset tehdään sen hetkisen tilanteen mukaan. Tämä aiheuttaa sen, että mahdollisten ongelmien sattuessa ei osata toimia oikein. (Opetushallitus 2010.)

Liiketoimintasuunnitelma on kokonaisuus ja siinä on oltava peruselementit yrityksen perustamiseen ja toiminnan ylläpitämiseen. Esimerkiksi rahoituksen aliarvioiminen ja myynnin korostaminen luovat ristiriidan, joka johtaa rahoituksen riittämättömyyteen ja myynnin laskemiseen. (Opetushallitus 2012.)

6.2 Optimistisuus ja pessimistisyys

Suunnittelua tehtäessä pitäisi osata noudattaa varovaisuutta sen suhteen, ettei suunnitelma ole liian optimistinen tai päinvastoin liian pessimistinen. Jos tällaiseen toimintaan sortuu, voi sillä olla erittäin vakavat seuraukset yrityksen tulevaisuuden kannalta. (McKinsey & Company 2000, 99.)

Liika optimistisuus ei luo yrityksestä hyvää kuvaa. Jos asioita suurennellaan ja liioitellaan parempaan suuntaan, se voi johtaa yrityksen epäonnistumiseen tulevaisuudessa, sekä ennen kaikkea heikentää yrityksen uskottavuutta. Pahimmassa tapauksessa yritys saattaa käyttää varansa loppuun tuhlatessaan liikaa rahaa esim. aine- ja henkilöstöresurssien lisäämiseen, vaikka siihen ei olisi edes varsinaista syytä. Jos tavoitteet on asetettu liian korkealle, on mahdollista, että varat loppuvat ja tarvitaan lisärahoitusta. Jos lisärahoitusta ei saada, voi yrityksen toiminta loppua kokonaan. (McKinsey & Company 2000, 99 - 100.)

Liian varovainen suunnittelu voi aluksi tuntua hyvältä idealta; menestystä ei varsinaisesti odoteta vaan se on iloinen yllätys, ja kaikki tuntuu menevän paremmin kuin suunniteltiin. Asia ei kuitenkaan mene aivan näin, sillä pessimistisen suunnittelun seuraukset voivat olla yhtä vakavia kuin liika optimistisuus. (McKinsey & Company 2000, 100.)

Pessimistisyys voi johtaa yritystoiminnan nopeaan käynnistymiseen, mutta resurssit eivät kuitenkaan riitä toiminnan pyörittämiseen. Yritystoiminta kasvaa odotettua nopeammin, eikä enää olekaan varoja tai tuotannollisia investointeja, jotka tukevat kasvun jatkumista. Tässäkin tilanteessa joudutaan lopulta ottamaan ulkopuolista rahoitusta, joka puolestaan voi aiheuttaa ajallisia paineita ja johtaa maksukyvyttömyyteen. (McKinsey & Company 2000, 100.)

7 LIKETOIMINTASUUNNITELMA PARTURI – KAMPAAMO HEININ SALONKI

Heinin salonki on tulevaisuudessa perustettava parturi-parturikampaamo yritys. Liiketoiminta on tarkoitus aloittaa Joensuun keskustassa, jossa sijaitsee monia alan yrityksiä. Heinin salongille luodaan kattava liiketoimintasuunnitelma, jonka pohjalta lähdetään kehittämään uutta yritystoimintaa.

7.1 Tausta, tarve, tavoitteet ja hyöty

Liiketoimintasuunnitelman laadinta lähti liikkeelle toimeksiantajan tarpeesta. Toimeksiantaja aikoo perustaa tulevaisuudessa uuden parturi – kampaamo yrityksen, jonka toiminnan aloittamiseen tarvitaan käyttökelpoinen liiketoimintasuunnitelma. Suunnitelma edesauttaa uuden yrityksen perustamista ja sen avulla voidaan lähteä toteuttamaan yrityksen liiketoimintaa ja strategioita sekä suunnitella yrityksen tulevaisuutta.

Suunnitelman tavoitteena on edesauttaa uuden yrityksen syntymistä ja mahdollistaa sen kannattava toiminta. Suunnitelma antaa selkeä kuvan siitä, mitä yrityksessä halutaan toteuttaa ja millainen kilpailutilanne alueella on. Kun lähtökohdat tiedetään riskejä ja mahdollisia kilpailullisia ongelmia voidaan lähteä ennakoimaan liiketoimintasuunnitelman pohjalta.

Liiketoimintasuunnitelman laadinta lähdettiin toteuttamaan tutkitun tiedon pohjalta. Ensin hahmoteltiin sisällysluettelo, jonka pohjalta pystyi selventämään tarkemmin mitä suunnitelmassa haluttiin kertoa ja mitä siinä pitäisi tulla ilmi. Suunnitelmaan sisällytettiin yrittäjän ja yrityksen ominaisuuden, jotka auttavat ymmärtämään, sen mitkä ovat todelliset vahvuudet ja heikkoudet. Lisäksi suunnitelmassa analysoitiin tarkemmin ympäristöä, riskejä sekä kilpailutilannetta. Yrityksen toiminnan aloitusta ajatellen oli oleellista myös selventää mahdollisia rahoitusratkaisuja.

Valmis liiketoimintasuunnitelma auttaa liiketoiminnan aloittamista ja sen ylläpitoa. Se pitää huolta siitä, että riskit osataan ennakoida ja mahdolliset rahoitusvaihtoehdot on tutkittu.

8 POHDINTA

Opinnäytetyöni tavoitteena oli laatia kattava ja hyvä teoriatausta, jonka pohjalta olisi helppo laatia hyvä ja tiivis liiketoimintasuunnitelma. Alkuun teoriaosuuden rakenteen hahmottaminen oli hankalaa, ja sen rakentuminen hyväksi kokonaisuudeksi tarvitsi melko paljon tekstin uudelleen muokkausta. Mielestäni sain työni kuitenkin sellaiseksi kokonaisuudeksi, joka käsittelee aihetta loogisessa järjestyksessä.

Haasteen opinnäytetyön kirjoittamiselle loi aikataulu, joka minulla oli erittäin lyhyt. Kiireen takia jotkin asiat jäivät hieman pintapuolisesti käsittelyksi. Tavoitteenani oli mm. luoda erittäin kattava kuva yrityksen rahoitusratkaisuksista ja laskelmista, mutta se jäi hieman odotuksiani suppeammaksi. Lisäksi lähdekirjallisuuteen ei ollut paljoa aikaa tutustua, joten pohja-aineiston käyttö rajoittui vain muutamisiin alan kirjallisuuksiin.

Kirjallisuutta aiheesta olisi erittäin paljon, ja kirjailijat ovat pohtineet aihetta monipuolisesti. Itse jouduin kuitenkin käyttämään aika paljon internet-lähteitä, sillä en saanut tarvitsemiä kirjoja suunnittelemaani aikataulutukseen vaadittavina ajankohtina.

Tämän opinnäytetyön avulla halusin selvittää itselleni, millainen on hyvä liiketoimintasuunnitelma ja mitä se pitää sisällään. Vaikka teoriatausta on aika suppea, mielestäni siinä on kuitenkin mainittu kaikki tärkein tieto, joka auttaa rakentamaan hyvän liiketoimintasuunnitelman. Sainkin työn teon aikana kaiken oleellisen tiedon siitä, mitä kaikkea liiketoimintasuunnitelma pitää sisällään. Minulla oli jonkinlainen taustatieto liiketoimintasuunnitelman laadinnan tueksi opiskeluideni alkuvaiheelta, mutta nyt jatkossa osaan laatia kattavan ja käyttökelpoisen liiketoimintasuunnitelman.

En ollut aiemmin perehtynyt liiemmin parturi-kampaamo alaan, ja tässä osa-alueessa lähdinkin liikkeelle ilman mitään aikaisempaa tietämystä. Toimeksiantajan kertoman perusteella sain muodostettua melko kattavan kuvan siitä, millainen ala on nykyään. Hänen kertomiensa tueksi tutustuin myös hiusyrittäjien oppaan kautta siihen, mitä alalla yrittäminen vaatii ja mitä se pitää sisällään. Aineistoa etsiessäni huomasin, että aiheesta ei löydy paljoa tietoa.

Uskon, että työstäni ja ennen kaikkea liiketoimintasuunnitelmasta on hyötyä toimeksiantajalle sitten, kun sen käyttö tulee ajankohtaiseksi. Sen todellisen hyödyn näkee kuitenkin vasta sitten kun yritystä lähdetään perustamaan.

LÄHTEET

- Business Oulu. 2012. YT 1 yritystoiminnan suunnitleminen. Saatavilla: http://yritystulkki.agileus.fi/files/yt1_suunnittelu_businessoulu.pdf (Luettu 14.11.2012).
- Castrén, M. 2008. Toiminimi. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Grant Thornton Ireland. 2012. Business Plan can head of problems. Saatavilla: <http://www.grantthornton.ie/MediaandEvents/Business-plan-can-head-off-problems> (Luettu 29.10.2012).
- Henderson, E. & McCorrisken, R. 1997. Starting your own business. Glasgow: HarperCollins Publisher.
- Investor Oy. 2009. Yrityksen liiketoiminnan visio on syytä pyrkiä määrittelemään jo toiminnan alkuvaiheessa. Saatavilla: <http://www.businessfellows.com/articles/22> (Luettu 22.10.2012).
- Kinkki, S & Isokangas, J. 1999. Yrityksen perustoiminnot. Porvoo: WSOY - Kirjapainoyksikkö.
- Kookas. 2012. Arvot – periaatteet, joiden pohjalta toimitaan. Saatavilla: <http://www.kookas.fi/articles/read/6978> (Luettu 22.10.2012).
- Kotro, M. 2007. Yrityksen kannattavuus ja rahoitus. Aloittavan ja pk-yrityksen näkökulma. Helsinki: Edita Prima Oy.
- McKinsey & Company. 2000. Ideasta kasvuyritykseksi. Käsikirja liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Meretniemi, I. & Ylönen, H. 2009. Yrityksen perustajan käsikirja. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Niskanen, A & Virtanen, U. Palvelualojen toimialakatsaus IV/2006. Saatavilla:
http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art_2007-03-28_004.html?s=0 (Luettu 2.11.12).

Näräinen, M. n.d. Aloittavan yrittäjän opas. Yrittäjäksi hiusalalle. Saatavilla:
<http://hiusyrittajat.fi/wordpress/wp-content/uploads/YRITT%C3%84J%C3%84KSI-HIUSALALLE-OPAS-.pdf> (Luettu 30.10.2011).

Oikeusministeriö 2012 a. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1979/19790128> (Luettu 25.10.2012).

Oikeusministeriö 2012 b. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1997/19971336> (Luettu 26.10.2012).

Opetushallitus. 2010. Liiketoimintasuunnitelma. Saatavilla:
http://www04.edu.fi/liiketoimintasuunnitelma/index2.asp?mida=1&fail=yritystoiminnan_k
[ehittamisessa_tarvitaan_liiketoimintasuunnitelmaa.htm](http://www04.edu.fi/liiketoimintasuunnitelma/index2.asp?mida=1&fail=yritystoiminnan_k) (Luettu 20.10.2012).

Pitkämäki, A, 2000. Pk-yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Suomen uusyrityskeskukset ry. 2012. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle. Saatavilla:
[http://issuu.com/lahtmi/docs/perustamisopas_2012_suk_web?mode=window&background](http://issuu.com/lahtmi/docs/perustamisopas_2012_suk_web?mode=window&backgroundColor=%23222222)
[dColor=%23222222](http://issuu.com/lahtmi/docs/perustamisopas_2012_suk_web?mode=window&backgroundColor=%23222222) (Luettu 23.12.2012).

Suomen yrittäjät ry. 2012. Toiminimen perustaminen ja sen vastuu. Saatavilla:
<http://www.yrittajat.fi/minustakoyrittaja/perustamistoimet/elinkeinonharjoittaja/> (Luettu 25.10.2012).

Suomisanakirja 2012 a. Saatavilla: <http://suomisanakirja.fi/imago> (Luettu 2.12.2012).

Suomisanakirja 2012 b. Saatavilla <http://suomisanakirja.fi/liikeidea> (Luettu 18.11.2012).

Sutinen, M. 1996. Kaikki mitä olet halunnut tietää yritystoiminnasta mutta et ole tiennyt keltä kysyä. Opas yrittäjälle yrityksen perustamista suunnitteleville sekä yrittäjätutkintoon valmistuville. Pohjois-Savo: Pohjois-Savon ammattikorkeakoulu, yrityspalvelut.

Sutinen, M. & Antikainen, A. 1998. PK - yrittäjän käsikirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Taloussanomat Oy. n.d. Toiminta-ajatus. Saatavilla:

<http://www.taloussanomat.fi/porssi/sanakirja/termi/toiminta-ajatus/> (Luettu 22.10.2012).

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2012. Yrityksen perustamisopas. Käytännön perustamistoimet. Saatavilla: http://www.yrityssuomi.fi/c/document_library/get_file?uuid=86b9c04c-ba52-47d2-816e-50ad0892dc5e&groupId=10136 (Luettu 22.10.2012).

Uusyrityskeskus 2012 a. https://www.liiketoimintasuunnitelma.com/index.php?page=business_plan&subpage=business_idea (Luettu 26.10.2012).

Uusyrityskeskus 2012 b. https://www.liiketoimintasuunnitelma.com/index.php?page=business_plan&subpage=knowledge (Luettu 26.10.2012).

Uusyrityskeskus 2012 c. https://www.liiketoimintasuunnitelma.com/index.php?page=business_plan&subpage=company (Luettu 26.10.2012).

Uusyrityskeskus 2012 d. https://www.liiketoimintasuunnitelma.com/index.php?page=business_plan&subpage=product_services (Luettu 26.10.2012).

Uusyrityskeskus 2012 e. https://www.liiketoimintasuunnitelma.com/index.php?page=business_plan&subpage=customer_markets (Luettu 26.10.2012).

Uusyrityskeskus 2012 f. https://www.liiketoimintasuunnitelma.com/index.php?page=business_plan&subpage=markets_competition (Luettu 26.10.2012).

Uusyrityskeskus 2012 g. https://www.liiketoimintasuunnitelma.com/index.php?page=business_plan&subpage=bookkeeping_budgeting (Luettu 26.10.2012).

Villa, S. & Ossa, J. & Saarnilehto, A. 2007. Yritysmuodot – Toiminta, rahoitus ja verotus. Vantaa: Dark Oy.

Julkaisemattomat lähteet

Piipponen, H. 22.10.2012. Keskustelu parturi-kampaamo alasta Piipponen / Piipponen.

HEININ SALONGIN LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

HEININ SALONGIN LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Sisällys

1 JOHDANTO	3
1.1 Yrityksen perustajan tausta.....	3
2 TOIMINTA-AJATUS JA LIIKEIDEA	4
2.1 Asiakassegmentit.....	4
2.2 Tuotteiden ja palveluiden kuvaus	5
2.3 Toimintatapa ja voimavarat.....	5
2.4 Yrityksen imago ja arvot	6
3 LÄHTÖKOHTA ANALYYSIT	8
3.1 Kilpailija-analyysi.....	8
3.2 Ympäristöanalyysi	10
3.3 SWOT – analyysi	11
4 STRATEGISET TAVOITTEET.....	12
4.1 Taloudelliset tavoitteet	12
4.2 Ulkoinen ja sisäinen tehokkuus.....	12
4.3 Kehittämistavoitteet ja kilpailustrategia	13
5 RAHOITUS	15
6 YRITYKSEN VISIO.....	17
LIITTEEN LÄHTEET	

1 JOHDANTO

Heini Piipponen rekisteröi toiminimen aloitettuaan yritystoimintansa lieksalaisessa parturi-kampaamo yrityksessä. Hän työskenteli yrityksessä tuolipaikkayrittäjänä vuoden 2011 keväästä vuoden 2012 syksyyn. Hänellä on tavoitteena perustaa oma parturi-kampaamo yritys, jonka yritysmuotona voidaan hyödyntää jo olevassa olevaa toiminimeä.

Hänen yrityksensä tarkoituksena on tarjota Joensuun keskustassa yksilöllistä ja asiakkaan tarpeet huomioon ottavaa palvelua, ja erottua muista keskusta-alueen suurimmista kilpailijoista. Yrityksen nimi Heinin Salonki kuvastaa tuttavallisuutta, mutta samalla ylellisyyttä.

1.1 Yrityksen perustajan tausta

Yrittäjä valmistui Pohjois-karjalan ammattiopistosta vuoden 2011 keväällä hiusalan ammattilaiseksi. Hän suoritti viimeisen ammattitutkintoon vaadittava työharjoittelun lieksalaisessa parturi-kampaamossa, jonne hän pääsi valmistumisen jälkeen työskentelemään yksityisenä tuolipaikkayrittäjänä. Kyseinen lieksalainen parturi-kampaamo on yhden henkilön pyörittämä erittäin hyvin toimeentuleva yritys, jolla on uskollinen ja laaja asiakaskunta. Työskentely hyvin toimeentulevassa yrityksessä antoi hänelle erittäin hyvää työkokemusta sekä näkemystä siitä, kuinka vakaan aseman saavuttanut parturi-kampaamo toimii.

Kahden vuoden kokemus yrittäjyydestä antaa hyvät lähtökohdat myös oman yrityksen perustamiseen. Tällä hetkellä Heini Piipponen pitää taukoa yrittäjyydestä ja opiskelee Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulussa liiketaloutta. Hänen aikomuksenaan on erikoistua yrittäjyyteen, joka luo erinomaiset pohjat oman liiketoiminnan aloittamiselle valmistumisen jälkeen.

2 TOIMINTA-AJATUS JA LIIKEIDEA

Heinin Salonki on tarkoitus perustaa Joensuun ydinkeskustaan, jossa se tavoittaa kiireisimmätkin ihmiset, jotka kaipaavat hieman taukoa stressaavasta arjesta. Tavoitteena on luoda mielikuva siitä, että yritys on levähdyspaikka ja samalla myös itsetunnon kohotus kiireisen arjen keskellä. Siellä kukin asiakas otetaan yksilönä vastaan, ja asiakkaalla on mahdollista saada ammattitaitoista ja osaavaa palvelua. Ideana on, että asiakas saa palvelua ja samalla myös omaa aikaa itselleen tuntien arjen ylellisyyttä.

Toiminta-ajatus pohjautuu tuttavalliseen ja ystävälliseen asiakaspalveluun; asiakas ei ole ainoastaan keino ansaita rahaa, vaan tavoitteena on saada asiakas tuntemaan itsensä upeaksi ja kauniiksi, sekä kohottaa itsetuntoa ammattitaitoisella kädenjäljellä. Asiakas voi tulla kiireen keskellä rauhoittumaan hetkeksi ilman mitään stressiä. Näiden ajatusten pohjalta tavoitteena on saavuttaa asiakkaiden luottamus ja sitoa pysyviä asiakassuhteita.

Toiminta-ajatuksiksi voidaanakin kiteyttää, että yritys tarjoaa perus parturi-kampaamo palveluita, joita ovat mm. hiustenleikkaus, värjäys, permanentti sekä kampaukset. Yrityksessä myydään myös uusimpia ja parasta laatua olevia hiustuotteita, jotka tukevat palvelun laadun pysymistä myös kotioloissa. Toiminta-ajatus kertoo syyn miksi yritys on markkinoilla ja ajatus puretaan liikeidean kautta.

2.1 Asiakassegmentit

Yrityksessä on tarjolla palveluita niin naisille kuin miehille. Merkittävin asiakaskunta on kuitenkin työssäkäyvät noin 30 – 50 -vuotiaat naiset, jotka kaipaavat hieman kunnostusta ja ehostusta kiireen keskellä. Palvelua on kuitenkin saatavilla ikään ja sukupuoleen katsomatta, myös miehet ovat ehdottomasti tervetulleita. Kukin asiakas otetaan yksilönä vastaan, ja palvelutarjonta on suunniteltu jokaista asiakasryhmää kohden. Miehille on tarjolla kaikki samat hiustensuunnitteluun liittyvät palvelut mitä naisillekin, mutta heille on erikseen suunnattu mahdollisuus parranajoon ja siistimiseen.

2.2 Tuotteiden ja palveluiden kuvaus

Palvelut koostuvat kaikista parturi-kampaamon peruspalveluista, joita ovat: hiusten leikkaukset, mallin muutokset, värjäykset, permanentit, rakennekäsittelyt, ripsien ja kulmakarvojen värjäys ja muotoilu, kampaukset; juhla, fööni, nuttura sekä pesu ja päähieronta.

Hiustenleikkauspalvelut pitävät sisällään hiusten latvojen tasoituksen, otsahiusten leikkauksen sekä erilaiset hiusmallien muutokset. Värjäysvaihtoehtojen rajana on vain asiakkaan oma mielikuvitus ja tietysti väriaineet. Värjäysvaihtoehdot koostuvat koko värjäyksestä, raidoituksesta sekä erilaisista osa värjäyksistä asiakkaan halujen mukaan. Permanentti on tarjolla niin pitkille ja lyhyille hiuksille, sekä kiharrusvaihtoehtoja on erilaisia. Näitä palveluita voi myös luonnollisesti yhdistää toisiinsa. Asiakas voi ottaa halutessaan vaikka leikkauksen, värjäyksen ja sen päälle vielä permanentin.

2.3 Toimintatapa ja voimavarat

Yrityksessä kaikesta toiminnasta huolehtii yrittäjä itse. Yritykseen ei oteta yhtään työntekijää yrittäjän työpanoksen lisäksi. Kirjanpito on kuitenkin tarkoitettu ulkoistaa tilitoimistolle, näin kirjanpito ja veroasiat hoituvat juridisesti oikein sekä ohjesääntöjen mukaisesti, eikä yrittäjän tarvitse itse opetella yrityksen pyörittämisen lisäksi uutta toimialuetta. Yrittäjä huolehtii itse myös toimitilan siivouksesta ja kunnossapidosta, ainakin yrityksen alkuvaiheessa. Tällä tavalla säästetään hieman rahaa.

Yrityksen tuotteet tilataan Wellan edustajalta. Tilaus tehdään joka kuukausi kun edustaja käy paikanpäällä. Yrittäjällä itsellään on jo työntekoon tarvittavat välineet, joten niitä ei tarvitse hankkia. Varsinainen liiketila on avoinna arkisin klo. 10 - 18, mutta asiakas saa varausta tehdessään ehdottaa muutakin aukioloajan ulkopuolista aikaa myös viikonlopulle.

Palvelulistaan kuuluvat perus parturi-kampaamo työt, sekä muista töistä voidaan neuvotella, mikäli asiakkaalla on jokin oma ehdotus. Palvelut ja palveluhinnasto on listattu selkeästi yrityksen sisätiloihin kuin myös ulos ständiin. Ulos laitettu hinnasto saa myös ohi kulkevat asiakkaat kiinnostumaan yrityksen palveluista.

Yritys haluaa saada asiakaskuntaansa vakioasiakkaita. Kanta-asiakkaille on tarjolla kortti, johon rekisteröidään merkintä jokaisen käyntikerran jälkeen. Ideana on, että kanta-asiakkaille tulee etuja sen mukaan, kuinka paljon ja uskollisesti he ovat palveluita käyttäneen tai ostaneet tuotteita.

Yrityksen **fyysiset voimavarat** ovat pääasiassa kalusto ja hyvät laitteet. Viihtyisät ja hyvin istuttavat tuolit saavat aikaan asiakkaan palvelutilanteesta miellyttävän. Lisäksi toimitilan viihtyvyys ja siisteys luovat hyvän tunnelman, ja antavat oikeanlaisen kuvan yrityksestä.

Fyysisiksi voimavaroiksi voidaan katsoa myös hyvä sijainti ja ympäristö. Yleensä kaikki keskusta-alueen yritykset saavat automaattisesti siistin ja viihtyisän naapuruston. Keskeinen sijainti edesauttaa yrityksen näkyvyyttä ja asiakkaiden saatavuutta. Hyvät ja laadukkaat tuotteet ovat myös yksi fyysinen voimavara, joka luonnollisesti edesauttaa myyntiä.

Yrittäjän suorittama ammattitutkinto ja työkokemus ovat kaikista tärkeimmät **henkiset voimavarat**. Lisäksi oma motivaatio yrittäjyyttä ja työntekoa kohtaan vievät yritystä hyvillä eväillä eteenpäin. Tarkoituksena on myös kehittää omaa ammattitaitoa, jotta taidot pysyvät ajan tasalla ja yritykseen voi tuoda uusia palveluita myyntiin.

Taloudellisista voimavaroista kaikista tärkein on yrityksestä saadut tuotot. Saatujen tuottojen avulla yritys pystyy maksamaan lyhytaikaiset menot, tekemään tavarahankintoja sekä lyhentämään lainaa. Yrityksen aloittamisen kannalta tärkeä taloudellinen voimavara on myös alkupääoma, joka koostuu osittain omista sijoituksista ja osittain vieraasta pääomasta.

2.4 Yrityksen imago ja arvot

Yrityksen Imagoksi on tarkoitus luoda leppoisa, lämminhenkinen ja kiireetön tunnelma, jossa asiakas saa yksilöllistä palvelua ilman minkäänlaisia häiriötekijöitä. Yrityksen nimi viestii ylellisyyttä, mutta myös yksityisyyttä, ikään kuin asiakkaat olisivat Heinin vieraita hänen salongissaan. Aina laadukas ja yksilöllinen palvelu ovat myös osa Heinin Salongin imagoa.

Yrityksen keskeisiä arvoja ovat laadukas palvelu, ammattitaitoisuus ja tuttavallisuus. Yritys kiinnittää myös huomiota yksilöllisyyteen, eikä näe ihmisiä massana vaan jokainen on erilainen ja omalaatuinen yksilö. Tyyli ja ulkoasu luovat ensivaikutelman jokaisesta ihmisestä.

Asiakkaille yrityksen palvelut tarjoavat ylellisyyttä ja pientä hetkeä pois kiireen keskeltä. Palveluhetki antaa hyvän mielen ja luo uuden tyylin, joka piristää mieltä. Asiakas saa itse neuvotella hänelle sopivan ajan myös aukioloaikojen ulkopuolelta, olipa se sitten ilta myöhään, viikonloppuna tai aikaisten aamulla. Olipa ihminen kuinka kiireinen tahansa Heinin salongista löytyy sopiva aika.

Kampauspalvelut käsittävät kaikenlaiset juhlapampaukset, mutta myös arkeen sopivat neutraalit hiustenlaitot. Asiakas voi valita esim. värjäyksen jälkeen föönauksen, joka kohottaa hiuksia ja tekee uudesta tyylistä entistä rakkaamman näköisen.

Pientä maksua vastaan on myös mahdollista saada hiusten pesu ja päähieronta. Yrityksen tarjontaan kuuluvat myös tietyntyyppiset pakettialennukset. Asiakas, joka valitsee usean palvelun yhdellä käyntikerralla, saa tietyn prosenttiosuuden alennusta alkuperäisestä kokonaissummasta.

Palveluiden lisäksi yrityksestä voi myös ostaa Wellan tuotevalikoimaan kuuluvia hiustuotteita. Wellan tuotteita käytetään myös kampaamopalvelun yhteydessä, joten tuotteen osto tukee palvelun laadun pysyvyyttä. Tuotevalikoima pitää sisällään hiuslakat, muotoilutuotteet, shampoot, hoitoaineet sekä erikoistuotteet.

3 LÄHTÖKOHTA ANALYYSIT

3.1 Kilpailija-analyysi

Heinin salonki olisi tarkoitus perustaa Joensuun keskusta alueelle. Joensuun keskustassa sijaitsee useita parturi-kampaamoita, jotka luovat haasteen pinnalle pääsemiseen ja siellä pysymiseen.

Lähes kaikki keskusta-alueella sijaitsevat parturi-kampaamot ovat useamman henkilön työllistäviä liikkeitä. Aivan ydinkeskustassa sijaitsevassa kauppakeskus Iso Myyssä sijaitsee useampi parturi-kampaamo. Nämä liikkeet työllistävät keskimäärin 4 työntekijää ja palvelua saa ilman ajanvarausta. Kussakin liikkeessä on palveluiden lisäksi myynnissä myös kampaamo tuotteita. Palvelut sisältävät kaikenlaiset hiusten leikkaukset, värjäykset, muotoilun ja kampausten teon.

Kampaamokauppa Stop on yksi kauppakeskus Iso Myyssä sijaitsevista parturi-kampaamoista. Kampaamossa on suuri valikoima eri hiustuotteita. Valikoimaan kuuluu 15 eri merkkituotetta, joiden joukossa on mm. Goldwell, Schwarzkopf, Wella sekä Paul Mitchell. Palveluiden joukkoon kuuluvat hiustenleikkaukset, pidennykset eri menetelmin, kiharat, värjäykset sekä erikoishoidot hiuksille ja hiuspohjalle. Omien sanojensa mukaan kampaamo on täyden palvelun parturi-kampaamo. Parturi-kampaamossa on myös non-stop parturi, johon pääsee ilman ajanvarausta.

Kampaamo Stopin kilpailulliset vahvuudet ovat ehdottomasti laaja tuotevalikoima, palvelua saa ilman ajanvarausta sekä palveluihin kuuluu myös lävistysten teko. Heikkoutena puolestaan voisi olla sijainti, jonka takia syntyy paljon kilpailua. Sijainti voidaan katsoa myös vahvuudeksi, sillä liiketila sijaitsee erittäin vilkkaalla alueella. Stop on pääasiassa tarkoitettu nuoremille ihmisille, ei niinkään ikäihmisille, jotka ehkä haluavat palvelua rauhallisemmassa ympäristössä.

Kauppakeskus Iso Myyssä sijaitsevien yritysten vahvuus yleensä on se, että ne ovat erittäin keskeisellä paikalla ja kiireiset ihmiset tulevat nopean palvelun toivossa, ja voivat näin pikai-

sesti jatkaa matkaansa. Lisäksi liikkeistä löytyy hyvä ja kattava valikoima erilaisia hiustuotteita.

Kauppakeskuksen lähialueella sijaitsee myös useita muita parturi-kampaamo yrityksiä. Näistäkin monet ovat sellaisia, joissa työskentelee useampi parturi-kampaaja. Yksi hyvän aseman saavuttanut liike on **Alexander Galleria**. Alexander Gallerialla on neljä liikettä eri puolilla Joensuuta; kolme niistä sijaitsee keskusta-alueella ja yksi kauempana keskustasta, Prisma – tavaratalon yhteydessä.

Alexander Gallerialla on kolme eri tuoteryhmää käytössään, jotka ovat: L'Oréal Paris Professional, Inoa sekä Kerastase Paris, jota saavat käyttää ainoastaan tuotteen käyttöön koulutetut työntekijät. Palveluvalikoimaan kuuluvat leikkaukset ja kampaukset, hiusten ja päänahan hoitokäsittelyt, parran ja viiksien käsittelyt, kihartamiskäsittelyt, värjäykset, ripsien ja kulmakarvojen värjäys sekä hiustenpidennykset.

Yrityksen vahvuuksia ovat hiusten ja päänahan hoitokäsittelyt, jota ei saa kovin monista alueen parturi-kampaamoista. Lisäksi eläkeläiset, varusmiehet, opiskelijat ja koululaiset saavat 10 % alennusta normaalihinnoista. Yrityksen heikkous on vähäinen erottuvuus. Alexander Galleria on aika lailla samantyylinen ulkoasultaan ja palveluiltaan muiden alueen parturi-kampaamoiden kanssa.

Keskusta-alueen tuntumassa toimii myös parturi-kampaamo **Maret**. Yrityksellä on tarjottavana pääasiassa samat palvelut kuin Stopilla ja Alexander Gallerialla. Lisäpalveluita muihin kampaamoihin verrattuna ovat meikin ja häämeikin teko. Maret käyttää vain yhtä tuotesarjaa, joka on Goldwell.

Kampaamon vahvuuksia ovat hyvä sijainti, laaja palveluvalikoima sekä se, että ajanvarauksen voi tehdä internetin kautta. Heikkouksia ovat vähäinen erottuvuus. Maret toimii aika lailla samalla periaatteella kuin alueen muut kampaamot. Maret ei myy hiustuotteita, joten osa asiakkaista voi valita kampaamon, josta saa samalla tuotteet kotiin.

Keskusta-alueella ei sijaitse ollenkaan yhden henkilön pyörittämiä parturi-kampaamoja. Kaikki niin kutsutut rauhallisemmat liikkeet sijoittuvat hieman keskusta-alueen ulkopuolelle. Näin ollen yhden hengen parturi-kampaamo hyvässä ympäristössä, ilmapiiirissä ja rauhallisuudessa voisi luoda edellytykset kilpailijoista erottumiseen ja menestymiseen.

3.2 Ympäristöanalyysi

Parturi-kampaajia valmistuu joka vuosi lisää. Suurin osa parturi-kampaajista omistaa joko oman yrityksen tai toimii sopimusyrittäjänä jossakin kampaamossa. Joskus ainoa vaihtoehto työntekoon on oman yrityksen perustaminen, joka vaikuttaa kilpailutilanteeseen, sillä kun samalla alueella on useampi saman alan yritys johtaa se luonnollisesti kilpailun kasvamiseen. Kun kilpailu kasvaa voi joillakin yrityksillä se johtaa asiakaskatoon, joka vaikuttaa yrityksen tulokseen negatiivisesti, ja näin ollen myös kustannusten maksukykyyn.

Kohonnut hintataso ja veronkorotukset ovat aina ongelmallisia, ja voivat aiheuttaa tulovajetta yrityksille. Vuonna 2011 valtio korotti parturi-kampaamoiden arvonlisäveroa 9 %:sta 23:een. Tämä veromuutos oli huomattava ja aiheutti suuria hinnannousuja yrityksissä. Tällaisella veronkorotuksella on monia haittavaikutuksia yritykselle, mutta myös valtiolle.

Veronkorotuksesta johtuneet hintojen nousut saavat monet asiakkaat miettimään uudelleen, onko hiustenleikkaus tai värjäys tarpeellista. ja usein käyvät asiakkaat jättää käyntikerroja väliin. Asiakkaiden kato johtaa tulojen alenemiseen, ja jos se käy mahdollittoman suureksi, voi se aiheuttaa maksuvaikeuksia ja jopa yrityksen kannattavuuden menettämisen, joka puolestaan johtaa yrittäjän työttömyyteen.

Hintojen nousu voi lisätä myös harmaata taloutta. Yrittäjät saattavat jättää verotuksessa huomioimatta osan palveluista saamistaan tuloista, jolloin käteen jäävä osuus on huomattavasti suurempi. Harmaa talous aiheuttaa valtiolle verotulojen menetystä. Pitkään jatkunut veronkierto aiheuttaa kauaskantoista haittaa myös itse yrittäjälle, koska eläkettä ei kasaannu riittävästi, sillä veroteltavaa tuloa ei synny tarpeeksi.

3.3 SWOT – analyysi

<p>Vahvuudet</p> <p>Yrityksen vahvuuksia ovat yrittäjän ammattitaito, kokemus yrittäjyydestä, laadukas ja ajan tasalla oleva työnjälki, liikkeen hyvä sijainti sekä eroavaisuus muista lähialueen parturi-kampaamoista. Keskusta-alueella ei ole muita yhden henkilön pyörittämiä yrityksiä, jossa asiakas saa olla rauhassa ja yksin.</p>	<p>Heikkoudet</p> <p>Palvelut koostuvat vain peruspalveluista, joukossa ei ole mitään eroavaa, joka kiinnittäisi asiakkaiden huomion. Myynnissä on vain yksi tuoteryhmä, joten asiakkaille ei ole valinnanvaraa. Yrittäjän muutaman vuoden kokemus ammattitaidon harjoittamisesta voidaan katsoa heikkoudeksi.</p>
<p>Mahdollisuudet</p> <p>Laajentaa tuotevalikoimaa useampaan tuoteryhmään, lisätä uusia palveluita esim. kosmetologin palvelut. Laajentaa, niin että yrityksen imago rauhallisena ja irti arjesta - tyyppisenä kampaamona säilyy.</p>	<p>Uhat</p> <p>Kilpailu ja se, että onnistutaanko haastamaan suuremmat, jo vakaan aseman saavuttaneet parturi-kampaamot. Taloustilanteen ja työllisyyden heikkeneminen esim. siten että, se aiheuttaa ihmisten poismuuttoa suuremmalle paikkakunnalle tai hintojen vaihtelut.</p>

4 STRATEGISET TAVOITTEET

4.1 Taloudelliset tavoitteet

Yrityksen ensisijainen tavoite toiminnan alkuvaiheessa on myynnin ja toiminnan vakiinnuttaminen. Ensimmäisinä vuosina tulot menee pitkälti menojen kattamiseen. Pitkän tähtäimen tavoitteena on vakaan aseman saavuttaminen markkinoilla. Vakaan aseman saavuttaminen edellyttää pitkäkestoista kannattavuutta. Yrityksen strategiset tavoitteet kannattavuuden saavuttamiseksi ovat tuotteiden oikeanlainen hinnoittelu, sekä kilpailukeinojen ja markkinastrategioiden suunnittelu, siten että niiden avulla saadaan näkyvyyttä ja vahva asiakaskunta.

Yritys mittaa ja seuraa kannattavuuden kehittymistä erilaisilla laskelmilla tunnuslukuja apuna käyttäen, sekä vertaamalla yrityksen tulosta alan yleiseen tasoon. Kannattavuutta tutkitaan mm. myyntikateprosentin ja käyttökateprosentin avulla, sekä seuraamalla tuloksen kehittymistä.

Ensimmäisen viiden vuoden tavoitteena on kasvattaa omavaraisuusastetta siten, että yritys toimii pääasiassa omalla pääomalla. Vakavaraisuus on avaintekijä kestäväen kannattavuuden saavuttamiseksi. Tulevaisuutta ajatellen tulosta yritetään lisätä, jotta tuotevalikoimaa voidaan laajentaa ja palveluiden monipuolisuutta kehittää.

4.2 Ulkoinen ja sisäinen tehokkuus

Yritykselle asiakkaat ovat avainasemassa, ja hyvä suhde heihin on yksi päätekijöistä toiminnan jatkuvuutta ajatellen. Asiakassuhteen pitkäkestoisuuden saavuttamiseksi tavoitteena on huolehtia asiakkaan tyytyväisyydestä, sekä palvelun laadun ja lopputuloksen onnistumisesta. Asiakaspalautteen kautta saadaan parhaat kehitysehdotukset palvelun laadun ja asiakaspalvelun onnistumiseen. Palautetta on tarkoitus kerätä jaksottaisilla asiakastyytyväisyyskyselyillä.

Toinen keino asiakasryhmien suhteiden ylläpitoon on kanta-asiakas edut. Uskollisille asiakkaille myönnetään tiettyjä etuuksia ja alennuksia.

Ulkoista tehokkuutta mietittäessä otetaan huomioon myös yrityksen ulkoiset sidosryhmät. Heinin Salongin yhteistyökumppaneita ovat kirjanpitäjä sekä tavarantoimittaja eli Wellan edustaja, joka käy kuukausittain paikanpäällä esittelemässä uusimpia tuotteita sekä ottamassa tilaukset vastaan. Ei pidä myöskään unohtaa suhteita kilpailijoihin. Hyvät välit kilpailijoihin hyödyttävät molempia osapuolia. Tulevaisuudessa voisi harkita jonkinlaista yhteistyötä kilpailvien yritysten kanssa esim. jonkinlaisen kampanjan muodossa.

Yritys takaa laadukkaan palvelun tehokkailla ja hyvätasoisilla työvälineillä sekä laitteilla. Asiakkaiden laskutus tapahtuu paikanpäällä joko käteisellä tai kortilla, joten yrityksen asiakkaiden maksusuorituksista ei tarvitse erikseen välittää.

4.3 Kehittämistavoitteet ja kilpailustrategia

Yrittäjä huolehtii koko yritystoiminnasta itse, lukuun ottamatta kirjanpitoa, josta huolehtii ulkopuolinen tilitoimisto. Jotta yrittäjä pystyy kehittämään toimintaansa, on hänen myös kehitettävä itseään. Erilaisten koulutusten sekä seminaarien avulla yrittäjä voi uudistaa ja ylläpitää ammattitaitoaan sekä yrittäjä tietouttaan. Tulevaisuutta ajatellen kannattaa myös miettiä, kuinka yritystä voisi uudistaa ja kehittää asiakasmäärän kasvattamiseksi.

Kehitystoimenpiteet voivat vaatia uusia investointeja, joka puolestaan edellyttävät tuloksen kasvua. Tuloksen kasvua edesauttaa kilpailuedun saavuttaminen. Kilpailua ajatellen Heinin Salongin tärkein kilpailukeino on muista alueen liikkeistä erottuminen. Alueen muut parturikampaamot työllistävät yrittäjän lisäksi keskimäärin kolme työntekijää. Tällaisten isompien kampaamoiden asiakaskunta koostuu pääosin nuoremmista asiakkaista ja ihmisistä, jotka haluavat pikaista palvelua. Heinin Salonki erottuu näistä edukseen kotoisalla tunnelmalla, jokaisen asiakkaan yksilöllisyyden huomioimalla sekä rauhallisella liiketilalla, jossa muu hälinä jää ovien ulkopuolelle.

Heinin Salongin vahvuuksia, joita voi hyödyntää myös kilpailuun, ovat joustavat palveluajat. Yrityksen aukioloajat ovat klo. 10 ja 18 välillä, mutta todellinen palveluaika on kellon ympäri. Asiakas saa ajanvarausta tehdessään ehdottaa mitä tahansa kellonaikaa. Edellytyksenä tietenkin on, että yrittäjällä ei ole jo ennestään sovittua aikaa kyseiselle ajankohdalle.

Yrityksen tavoitteena on kehittää erittäin kattava kanta-asiakas ohjelma. Kilpailussa tätä voi hyödyntää siten, että kampaamossa asioineet asiakkaat valitsevat Heinin salongin ”kantapaikakseen”. Vakio asiakkaiden on turvallista tulla koska yrittäjä tietää valmiiksi heidän hiusten hoidon taustan. Kanta-asiakkuuden ideana on, että asiakkaat saavat erilaisia etuja kustakin käyntikerrasta sekä palvelusta ja tuotteen ostosta.

5 RAHOITUS

Yritysten rahoitus jaetaan kahteen osaan: tulorahoitukseen ja pääomarahoitukseen.

Aloittavan yrityksen rahoitus koostuu kokonaan pääomarahoituksesta, sillä tulorahoitusta kertyy yritykselle vasta silloin, kun myyntituotot ovat käynnistyneet kunnolla. Aloittavan yrityksen rahoitussuunnittelussa on otettava huomioon alkuvaiheen menot sekä käyttöomaisuuden eli investointien hankinnasta aiheutuvat kulut. (Raatikainen 2011, 118; Kotro 2007, 15 & 17.)

Heinin Salongin perustamiseen ei tarvita järjettömän suurta alkupääomaa. Pääasia on, että investoinnit ja alkuvaiheen toimintakulut saadaan kustannettua. Heinin Salongin alkuinvestoinnit sisältävät kaikki tarpeellisimmat koneet, laitteet, kaluston, sekä tarvittavat tuotteet. Alkurahoitusta mietittäessä täytyy muistaa ottaa huomioon myös yrittäjän oman elämän kustantaminen noin 6 – 12 kk ajalta sekä käyttöpääoman eli juokseviin kuluihin tarvittavan rahoituksen järjestäminen.

Yrittäjällä itsellään on sijoitettavanaan yritykseen apporttiomaisuutena työvälineet kuten mm. sakset, kammat ja suojukset lisäksi yrittäjä on arvioinut pystyvänsä sijoittamaan yritykseen 2000 €. Loput rahoituksesta koostuvat vieraasta pääomasta.

Rahoitusvaihtoehtoja on useita, ja ideana on löytää omaan tarkoitukseen sopivin rahoitusratkaisu. Aloittavat yrittäjät voivat saada myös tukea työvoimatoimistolta starttirahan muodossa. Starttiraha on nimenomaan tarkoitettu turvaamaan yrittäjän toimeentulo sillä ajalla kun yritystoimintaa käynnistetään ja vakiinnutetaan. (Meretnimei ym. 2009, 82.) Heinin Salonkia perustettaessa yrittäjän onkin syytä hakea starttirahaa, joka on vuonna 2012 ollut 31,36 €/päivä. Tämän perusosan lisäksi voi saada myös lisäosaa, joka on korkeintaan 60 % perustuen määrästä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012.)

Varsinaista käyttöomaisuuden hankkimista varten mielekkäin rahoitusvaihtoehto on ottaa lainaa rahoitusyhtiö Finnveralta, joka tarjoaa lainavaihtoehtoja niin yrityksen kehittämistä kuin alkuinvestointeja varten. Heinin Salonkia aloitettaessa kannattaa hakea Finnveran nais-yrittäjälainaa, joka on tarkoitettu yrityksille, jossa naiset ovat enemmistöosakkaina. Lainaa on mahdollista saada 35 000 €:n saakka. Alustavien karkeiden suunnitelmien mukaan Heinin Salongin alkuinvestointien eli koneiden, laitteiden sekä myytävien tuotteiden kustannukset

tulisivat maksamaan yhteensä noin 10 000. Ei ole mitään syytä ottaa lainaa enempää kuin on tarpeen, joten yrittäjä hakee Finnveran naisyrittäjälainaa 10 000 euroa.

Kun tarkastellaan Heinin Salongin rahoitusratkaisua kokonaisuudessaan, pääomarahoituksen osuus on 12 000 €, josta 2 000 € on omia sijoituksia. Yrittäjä sijoittaa myös apportiomaisuutena työvälineet, mikä vähentää alkuinvestointien määrää. Lisäksi yrittäjä saa kuukaudessa noin 950 € starttirahaa; edellyttäen, että hakemus hyväksytään.

6 YRITYKSEN VISIO

Heinin Salongin visio vuodelle 2020 on olla yksi Joensuun tunnetuista parturi-kampaamoista. Joensuulaiset tietävät mitä ja millaisia palveluja Heinin Salonki tarjoaa, ja imago on yleisessä tiedossa. Hyvän markkinoinnin ja kilpailuedun takia yritys on saavuttanut jo selkeän vakituisen asiakaskunnan. Tähän on päästy osittain kanta-asiakas etujen avulla, mutta ennen kaikkea oman palvelun laadun, imagon sekä arvojen avulla. Asiakkaat pitävät yritystä luotettavana ja ammattitaitoisena.

Vuoteen 2020 mennessä yritys on onnistunut laajentamaan tuotevalikoimaansa useampaan tuotemerkkiin. Yritys on saanut kasvatettua tulosta tasaisesti vuositason ja omavaraisuusasetta on saatu nostettua korkeammalle. Yrityksen tulot suhteessa menoihin ovat nousseet ja liikevaihto sitä myötä myös kasvanut.

LIITTEEN LÄHTEET

Kotro, M. 2007. Yrityksen kannattavuus ja rahoitus. Aloittavan ja pk – yrityksen näkökulma. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Meretniemi, I & Ylönen, H. 2009. Yrityksen perustajan käsikirja. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Raatikainen, L. 2011. Liikeideasta liikkeelle. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Työ- ja elinkeinotoimisto. 2012. Starttiraha – aloittavan yrittäjän tuki. Saatavilla:
http://www.mol.fi/mol/fi/04_yrittaminen/05_starttiraha/index.jsp (Luettu 15.11.2012)

